

# НАЦИОНАЛНА СТРАТЕГИЯ ЗА КЪМПИРАНЕ



**Май 2022г.**

## СЪДЪРЖАНИЕ

|                                                                                                                                             |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Използвана терминология .....                                                                                                               | 4  |
| УВОД .....                                                                                                                                  | 6  |
| 1. Къмпинг туризъм – същност и тенденции .....                                                                                              | 7  |
| 1.1. Същност и тенденции в къмпинг туризма .....                                                                                            | 7  |
| 1.2. Необходимост от къмпинг туризма .....                                                                                                  | 7  |
| 1.3. Къмпинг туризма в България, традиции, ситуация “преди и сега” .....                                                                    | 8  |
| 1.4. Обща информация за развитието на къмпинг туризма в Европа. ....                                                                        | 10 |
| 1.5. Видове къмпирание, използвана терминология .....                                                                                       | 16 |
| 1.5.1. Места за къмпирание .....                                                                                                            | 16 |
| 1.5.2. Средства за Къмпирание .....                                                                                                         | 19 |
| 1.5.3. Начини за Къмпирание .....                                                                                                           | 20 |
| 2. Статистически данни за къмпинг туризма в Европа и България .....                                                                         | 22 |
| 2.1. Къмпирането в Европа .....                                                                                                             | 22 |
| 2.2. Къмпирането в БГ, брой къмпинги и превозни средства .....                                                                              | 26 |
| 3. Анализ на потенциала на България за развитие на къмпинг туризъм .....                                                                    | 27 |
| 3.1. Природа .....                                                                                                                          | 27 |
| 3.2. Културно-исторически богатство .....                                                                                                   | 28 |
| 3.3. Винен и кулинарен туризъм .....                                                                                                        | 29 |
| 3.4. Инфраструктура .....                                                                                                                   | 29 |
| 3.5. Необходими стъпки .....                                                                                                                | 30 |
| 4. Икономически анализ на къмпинг туризма .....                                                                                             | 31 |
| 4.1. Приходи от къмпинг туризъм .....                                                                                                       | 31 |
| 4.1.1 Приходи от данъци и такси .....                                                                                                       | 32 |
| 4.1.2 Приходи от нощувки .....                                                                                                              | 33 |
| 4.1.3. Приходи от посещения на различни природни и исторически забележителности. ....                                                       | 33 |
| 4.1.4. Приходи от пазаруване в местни магазини, от местни производители, посещения на малки ресторанти с традиционна кухня и атракции. .... | 33 |
| 4.2 Разходи, по изграждане и поддръжка на местата за къмпирание и местата за обслужване на каравани и кемпери .....                         | 34 |
| 4.2.1. Инвестиционни разходи за изграждане на местата за къмпирание и местата за обслужване на каравани и кемпери .....                     | 34 |
| 4.2.1. Разходи по поддръжка на местата за къмпирание и местата за обслужване на каравани и кемпери .....                                    | 35 |
| 4.3 Разходи за къмпиралите туристи .....                                                                                                    | 35 |

|                                                                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>4.4. Начини за структуриране и финансиране на къмпинг туризма</b>                                                                   | 36 |
| 4.4.1. Правно – организационна форма, собственост на инфраструктурата и експлоатация на точките за къмпирене                           | 36 |
| 4.4.2. Възможности за финансиране /в т.ч. субсидиране/ на инвестиционните разходи по изграждане на инфраструктурата на къмпинг туризма | 36 |
| <b>5. Правен анализ на къмпинг туризма</b>                                                                                             | 38 |
| 5.1 Правила за къмпирене в Европа                                                                                                      | 38 |
| 5.2 Къмпиренето в българското законодателство                                                                                          | 38 |
| 5.3.Правна регулация, административна тежест                                                                                           | 40 |
| 5.4 Квалифициране на къмпинг-туризма, като част от туристическата стратегия на България                                                | 41 |
| 5.5. Участници в плана за развитие на къмпинг туризма                                                                                  | 42 |
| <b>6. Създаване на единна система за управление на къмпиренето</b>                                                                     | 43 |
| 6.1. Приложение и дигитална интерактивна карта за къмпирене                                                                            | 43 |
| 6.2. Въвеждане на правила за регистрация и заплащане на къмпинг-престой, Туристическа такса.                                           | 44 |
| 6.2.1. Възможност за заплащане на всички туристически услуги чрез приложението.                                                        | 44 |
| 6.2.2. Подаване на сигнали и публичност на проверките                                                                                  | 44 |
| 6.3 Разпределение на събраните средства                                                                                                | 45 |
| 6.4 Множество други предимства на единния регистър                                                                                     | 45 |
| <b>7. SWOT анализ</b>                                                                                                                  | 46 |
| 7.1. Силни страни                                                                                                                      | 46 |
| 7.2. Слаби страни                                                                                                                      | 46 |
| 7.3. Възможности за развитие                                                                                                           | 47 |
| 7.4. Заплахи                                                                                                                           | 48 |
| <b>8. Цели на стратегията</b>                                                                                                          | 50 |
| 8.1. Краткосрочни цели                                                                                                                 | 50 |
| 8.2. Средносрочни цели                                                                                                                 | 50 |
| 8.3. Дългосрочни цели                                                                                                                  | 50 |

## Използвана терминология

**„Къмпинг“** - обособено място за разполагане на палатки, кемпери, каравани, категоризирано според Наредбата към Закона за туризма в Република България. Предлага условия за почивка сред природата, зелени площи, общи сервизни помещения, помещения за хранене, тоалетни и бани.

**„Къмпирание (къмпингуване)“** - престой сред природата или на открито, изграждане на биваци, бивакуване чрез използване на специализирани за целта средства (палатки, кемпери, каравани и пр.).

**„Караванинг“** - общо понятие за практикуване на почивка с кемпери и каравани.

**„Свободно къмпирание“, „бивакуване“** - създаване на временен импровизиран лагер/бивак, място за престой сред природата на открито, с необходимите за пребиваването минимални битови условия и къмпинг оборудване.

**„Паркиране (на кемпер, каравана)“** - в случаите когато каравана или кемпер не е в състояние на къмпирание, т.е. без извадени маси, столове, разпъната тента или други аксесоари, същите следва да бъдат разглеждани като паркирали или спрели превозни средства по смисъла за Закона за движение по пътищата. За тях следва да важат всички правила за паркиране и престой на превозни средства, освен в случаите, когато изрично с нарочен знак се забранява престоя на такива в съответните населени места.

**„Къмпинг стоп“** - място за паркиране на кемпери и каравани. Позволява краткосрочен престой. Не предлага удобства за почивка, подобно на къмпинга. Обикновено асфалтирани пространства с контролиран достъп.

**„Сервизна точка за кемпери и каравани“** - място за обслужване на кемпери и каравани. Представлява обособен кът с канализация за изхвърляне на тоалетни касети, използвани (сиви) води от мивки и бани, чешма с маркуч за зареждане на прясна вода в резервоарите, място за зареждане с електрическа енергия и др. Може да бъде и машина с отварящи се люкове. Предимно платена услуга.

**„Каравана“** - средство за почивка. Представлява ремарке с изградена върху него затворена изолирана конструкция със стени, таван, прозорци, врата и люкове. Оборудвано

с удобства за краткосрочно живеене, включващо - място за спане, място за приготвяне на храна и измиване на съдове (кухня), място за хранене. Може да има баня, електро и ВиК инсталации.

**“Моторна каравана” - „кемпер“.** Превозно средство, представляващо изградена каравана върху шаси или рама на автомобил, микробус, камион, автобус.

**„Палатка“** - съгваем подслон от плат, винил и други подобни материали, с конструкция от метал или фибростъкло и други подходящи материали.

**„Оператор на точка за къмпирание, кемпер - стоп или друго място за паркиране на автомобили за отдих“** - физическо или юридическо лице, организиращо нормалното функциониране на мястото за къмпирание, натоварено с неговата поддръжка и експлоатация.

## УВОД

Къмпирането олицетворява по много специален начин духа на пътуването. В него има свобода, приключение, близост с природата, индивидуалност и едновременно с това уважение към природата, дисциплинираност и спазване на общоприетите норми. Къмпирането е начин за пълноценна почивка на семейството, училище по природознание. Следа за изграждане на нови социални контакти и отличен начин за освобождаване от натрупания стрес.

Къмпирането е туризъм, предоставящ възможности за практикуване от всички социални групи на обществото, както и възможност за съчетаването му с всички останали видове туризъм – културно – исторически, винен, спа туризъм, планински, морски и пр.

Хората почиващи в природата са равнопоставени, без оглед на тяхното социално положение, етнически произход, пол, възраст, културна и религиозна принадлежност или друг признак.

Целта на настоящата стратегия е да разкрие огромния потенциал за развитие на този тип туризъм в България като част от Европа и света, да зададе основи насоки за действие от страна на държавата и общините, в лицето на органите на държавната и местна власт за неговото институционализиране и развитие, да очертае позитивите, възможностите и синергията на къмпирането с останалите видове туризъм за постигане на цялостната политика на Република България в този сектор.

## **1. Къмпинг туризъм – същност и тенденции**

### **1.1. Същност и тенденции в къмпинг туризма**

Къмпирването е начин да прекараш време сред природата, далеч от натовареното ежедневие на съвременния свят. Къмпирването може да бъде описано като “умишлено нарушение на модерния житейски комфорт”. Научно доказано е, че това е най-добрата почивка за претоварения от информация и динамичен модерен живот мозък - да сведеш мислите и действията си до подслона и прехраната, далеч от лукса на “леглото и ресторанта”. Накратко - нощувка на открито сред природата.

Две са най-важните характеристики на този вид туризъм, които го правят един от най-атрактивните в напрегнатото ни ежедневие. От една страна, той доближава човека най-много до природата без да ѝ вреди, а от друга, може да се твърди, че инвестициите в съпътстваща къмпирването инфраструктура са най-ниските в сектора на туризма.

Основна предпоставка за къмпинг дестинациите е запазената и богата със своето разнообразие природа, с каквато България разполага. Съвременните тенденции са превърнали къмпирването в основен самостоятелен туристически сектор, който непрекъснато се разраства. Практикува се от дълги години в целия свят, включително в България, като първите къмпинг клубове са регистрирани през 30- те години на миналия век.

Само за последните три години се отчита 40% ръст в Европа на производството на къмпинг оборудване - кемпери, каравани, палатки и аксесоари, а това е ясен и категоричен знак за все по-голямата атрактивност на къмпирването и тенденциите в неговото развитие и предпочитаност. Ковид пандемията допълнително подпомогна това разрастване, доколкото къмпирването реално е най-социално дистанцирания начин за почивка. Европейските институции приемат къмпинг туризма като най-безопасния вид туризъм от пандемична гледна точка. Европейските държави продължават да създават нови програми, които да поощряват този вид туризъм и България като част от Европа би трябвало да следва тези тенденции. Въпреки дългогодишните си традиции в къмпирването и утвърдената къмпинг култура на населението, България е много изостанала от световните тенденции в развитието на този сектор.

### **1.2. Необходимост от къмпинг туризма**

Необходимостта от развитието на къмпинг туризма може да бъде обоснована в няколко важни насоки - социална, здравна, екологична, икономическа.

Самото къмпирване представлява социален феномен. Попаднали сред природата хората създават и споделят уникални преживявания помежду си. Създават се ценни приятелства и контакти. В такава среда се развиват изключително важни умения, като

сръчност, изобретателност, боравене с огън, кулинария и др. Сред самата природа, където всичко, което си чел и учил за нея се визуализира пред самия теб. Къмпирането е зелено училище за нашите деца. Изживяване, което по никакъв начин не вреди на природата, възпитава уважение и те прави неин защитник за цял живот.

Чистия въздух, слънчевите лъчи и здравия сън се препоръчват ежедневно от милиони лекари по целия свят. Наред с тях, къмпирането стимулира физическата активност, здравословната храна и положителните изживявания. Това е всичко, от което се нуждае човек, за да се отърси от стреса, умората и напрежението, които са причина за много от заболявания на съвременния живот. Повече време сред природата е най-добрата превенция и води до изграждането на здрав имунитет, включително и към менталните заболявания. Безспорно къмпирането е най-щадящият природата вид туризъм. То е *туризъм без следа*. Минималната инфраструктура на къмпингите не изисква масивно и високо строителство и се характеризира с минимален визуален ефект върху природата и ландшафта.

Въпреки изключително слабото развитие на къмпинг туризма в България по отношение на инфраструктура, точки за къмпиране и обслужване на кемперите, както и необходимостта от подобряване на законодателната рамка по отношение на този тип туризъм, къмпирането се практикува от стотици хиляди български и чуждестранни туристи.

Европейските статистики сочат многомилиардни приходи от този туризъм. Всяка година в Европа се регистрират стотици хиляди нови кемпери, каравани и места за къмпиране. Къмпиращите не са конкуренция на хотелите, а допълнителен брой туристи, които не биха дошли за друго, освен за къмпиране. В същото време те ще оставят парите си в местните ресторанти, магазини, музеи, изложби и други туристически обекти. Според европейските икономически институти по туризъм, къмпиращите туристи са сред хората с най-висок дневен разход на човек.

Огромният и постоянно нарастващ интерес към къмпирането, налага създаването за изцяло нова държавна политика в този туристически сектор. Налице е нуждата от държавна регулация. Наличието на разумни правила вместо забрани, ще даде възможност България да бъде предпочитана дестинация за къмпиращите от цяла Европа. Всичко това би имало значителен позитивен икономически ефект както за държавата и отделните общини, така и за местния частен бизнес.

### **1.3. Къмпинг туризма в България, традиции, ситуация “преди и сега”**

Първоначално създаването на лагери за нощувка на открито е било единственият вариант за пътуващите. С модернизирания живот и масовото навлизане на автомобилите, къмпирането се е превърнало в хоби, за търсещите максимална близост с природата.

До 1989г. кърпирането е било неразделна част от туризма в България и то се е развивало със същите темпове, като големите ни курорти, привличащи туристи от цяла Европа. Комитетът за отдих и туризъм към Министерски съвет е осъществявал методическо ръководство и контрол. Издаден е изключително подробен и полезен справочник на кърпингите в България. Към момента на издаване му през 1970-те години са съществували 117 /сто и седемнадесет/ работещи кърпинга. Публикувани са и множество терени за преотреждане за биваци за свободно кърпиране. Реално кърпирането е било държавна политика. Кърпингите са били категоризирани, според размера и предлаганите услуги.

В същото време лагеруването извън посочените места по безбройните ни реки и язовири е била и все още е семейна традиция за хиляди наши съграждани. Трудно достъпното по това време кърпинг оборудване не е спирало никого.

След 1989г. официалният кърпинг туризъм в България се разпада с бързи темпове. Терените на кърпингите стават жертва на части бизнес интереси. Днес повечето са застроени с полупразни хотели. Останали са единици, за чието опазване любителите на кърпинга се борят ежедневно. Към днешна дата официално регистрираните кърпинги в България според Евростат са под 10 бр. За сравнение, през 1990г. в България са отчетени над два милиона нощувки от кърпиране, а през 2019 са едва 75 хиляди.

Държавната политика в последните години бе насочена към пълната забрана на кърпирането, в директна услуга на огромните хотелски комплекси. Политика, от която печелят единствено конкурентните ни туристически дестинации. Заради многото унищожени кърпинги по Черноморието, всяко лято хиляди кърпиращи туристи се насочват към утвърдени кърпинг дестинации в съседни държави.

През последните 30 години предлагането на кърпинг оборудването се развива с висока скорост и става все по- лесно достъпно за всички. Нарасналото търсене създаде нови бизнес инициативи, свързани с търговията и отдаването под наем на кемпери и каравани, въпреки липсата на развита кърпинг инфраструктура в България.

През последните три години, в период на пандемия и налагането на редица ограничения при посещенията на хотели, ресторанти и туристически обекти, все повече хора се насочиха към алтернативните начини за почивка, един от които е кърпирането. Нарастването на броя хора, свободно кърпиращи, без обособени за това места, налага необходимостта от бърза законодателна намеса с цел регулиране на отговорностите по отношение на спазване на определени правила, опазването на околната среда и почистване на местата за кърпиране.

Съществуващите към днешна дата кърпинги, кърпинг стопове, паркинги за автомобили за отдих и паркинги за ремаркета в България, част от които регистрирани и/или не функциониращи, са представени в Приложение 1 към Стратегията.

#### 1.4. Обща информация за развитието на къмпинг туризма в Европа.

В Европа се води статистика за къмпирването, в т.ч. точки за къмпирване, паркинги за автомобили за отдих и паркинги за ремаркета, както брой на нощувките на тези локации, през последните 30 години<sup>1</sup>. Развитието на сектора в териториалния обхват на Европа е обусловен от редица фактори, и най-вече – степен на развитие на икономиките, наличие на необходимите географски и климатични условия, природни особености, исторически и културни забележителности, специфика на бита и културите традиции на населението в съответните конкретни държави.

Анализът на данните показват следните тенденции:

- ✚ броя на местата за къмпирване в Европа през последните 30 години нараства с близо 24%, от 23 900 бр. за 1990г. до 29 600 бр. за 2020г.;
- ✚ най-голям е броят на къмпинг дестинациите във Франция – 8019 бр., следвана от Великобритания – 4779 бр., Германия с 3066 бр., Нидерландия – 2 603 бр. и Италия – 2173 къмпинг дестинации /виж Таблица 1/;
- ✚ най-голям ръст в местата за къмпирване за периода 1990-2020г. се наблюдава в държави като Латвия (3100% ръст 2020г. спрямо 1990г.), Литва (550%), Румъния (529,20%), Словения (350%), Нидерландия (150%);
- ✚ най-голям принос в прираста като абсолютен брой места за къмпирване имат държави като Нидерландия (1568 бр. новооткрити места за къмпирване за периода 1990-2020г.), Германия (1430 бр. новооткрити места за къмпирване), Великобритания (1256 бр. новооткрити места за къмпирване), Хърватска (835 бр. новооткрити места за къмпирване) и Румъния (близо 600 новооткрити места за къмпирване);
- ✚ независимо от положителните тенденции в част от Европейските държави, има и редица с ясно изразени негативни тенденции. България е водеща държава по отношение на спада в местата за къмпирване през анализирания период. Макар и като абсолютна бройка да не са толкова много, в %-но съотношение спадът е повече от 80%, следва Белгия с 54,76% спад, Словакия с 46,94%, Полша – близо 45% и Финландия – 41,6%;
- ✚ в абсолютни цифри, най-много къмпинг дестинации са затворени и извадени от експлоатация във Франция /205бр./, Белгия – 397 бр., Полша – 265 бр. и Швейцария – 235 бр.

Независимо от казаното до тук, важен показател за развитието на сектора в Европа и отделните държави е броя на точките за къмпирване, паркинги за автомобили за отдих и паркинги за ремаркета, на единица територия. Безспорните лидери по този показател са Нидерландия с 63 бр./’000 кв.км., Люксембург с 30,55 бр. на ’000 кв.км., Великобритания и Лихтенщайн с по близо 19 бр. на ’000 кв.км. Франция заема 6-то място по този

<sup>1</sup> [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TOUR\\_CAP\\_NAT/settings\\_1/table?lang=en&category=tour.tour\\_inda.tour\\_cap](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TOUR_CAP_NAT/settings_1/table?lang=en&category=tour.tour_inda.tour_cap)  
Автори: Йордан Ибришимов, Българско кемпер общество, адв. Дончо Бораджиев, Мирослава Петрова, Зорница Бойчева. [bgcampersociety@gmail.com](mailto:bgcampersociety@gmail.com); 0878 983 845; 0888 243 239

показател, Германия – 11-то място, а България е на предпоследно 35-то място с едва 0,13 бр. на '000 кв.км. /виж Таблица 2/.

**Таблица 1: Къмпинги, паркинги за автомобили за отдих и паркинги за ремаркета /бр./година/**

| №  | Страна \ Година      | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020* | Площ на държавите /кв.км./ | Площ на държавите /'000 кв.км./ |
|----|----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----------------------------|---------------------------------|
| 1  | Франция              | 7,792 | 7,791 | 7,455 | 7,917 | 8,131 | 8,140 | 8,106 | 8,018 | 8,044 | 8,019 | 551,695                    | 552                             |
| 2  | Обединеното Кралство | 5,117 | 5,264 | 5,312 | 5,318 | 5,343 | 4,779 | 4,779 | 4,779 | 4,779 | 4,779 | 244,820                    | 245                             |
| 3  | Германия             | 3,027 | 2,865 | 2,855 | 2,888 | 2,910 | 2,955 | 2,986 | 3,024 | 3,055 | 3,066 | 357,050                    | 357                             |
| 4  | Нидерландия          | 2,214 | 2,159 | 3,278 | 3,130 | 3,017 | 2,903 | 2,821 | 2,800 | 2,739 | 2,603 | 41,526                     | 42                              |
| 5  | Италия               | 2,659 | 2,358 | 2,326 | 2,393 | 2,394 | 2,364 | 2,323 | 2,280 | 2,281 | 2,173 | 301,318                    | 301                             |
| 6  | Испания              | 1,253 | 1,251 | 1,248 | 1,248 | 1,262 | 1,263 | 1,264 | 1,269 | 1,291 | 1,318 | 505,992                    | 506                             |
| 7  | Швеция               | 1,067 | 1,051 | 1,085 | 1,078 | 1,078 | 1,082 | 1,071 | 1,058 | 1,056 | 1,056 | 449,964                    | 450                             |
| 8  | Хърватска            | 243   | 512   | 544   | 571   | 607   | 653   | 726   | 821   | 852   | 835   | 56,542                     | 57                              |
| 9  | Румъния              | 44    | 36    | 495   | 508   | 639   | 630   | 680   | 192   | 719   | 711   | 238,392                    | 238                             |
| 10 | Норвегия             | 768   | 771   | 825   | 765   | 725   | 702   | 691   | 677   | 677   | 677   | 385,208                    | 385                             |
| 11 | Австрия              | 551   | 562   | 569   | 586   | 599   | 607   | 611   | 599   | 613   | 602   | 83,858                     | 84                              |
| 12 | Чехия                | 487   | 514   | 506   | 513   | 516   | 510   | 515   | 566   | 567   | 567   | 78,866                     | 79                              |
| 13 | Дания                | 419   | 417   | 414   | 416   | 413   | 410   | 412   | 407   | 409   | 409   | 43,094                     | 43                              |
| 14 | Швейцария            | 420   | 423   | 418   | 412   | 410   | 406   | 406   | 401   | 400   | 400   | 41,290                     | 41                              |
| 15 | Белгия               | 489   | 481   | 453   | 422   | 359   | 346   | 348   | 355   | 343   | 328   | 30,510                     | 31                              |
| 16 | Полша                | 135   | 323   | 316   | 306   | 309   | 308   | 324   | 325   | 324   | 324   | 312,684                    | 313                             |
| 17 | Португалия           | 240   | 242   | 174   | 246   | 257   | 214   | 232   | 249   | 249   | 246   | 91,568                     | 92                              |
| 18 | Унгария              | 244   | 278   | 260   | 253   | 263   | 256   | 257   | 244   | 232   | 232   | 93,030                     | 93                              |
| 19 | Финландия            | 246   | 246   | 243   | 243   | 236   | 230   | 226   | 219   | 215   | 212   | 338,145                    | 338                             |
| 20 | Гърция               | 320   | 294   | 297   | 311   | 311   | 309   | 302   | 277   | 279   | 191   | 131,940                    | 132                             |
| 21 | Исландия             |       | 212   | 158   | 226   | 225   | 201   | 200   | 195   | 188   | 187   | 103,125                    | 103                             |
| 22 | Словения             | 67    | 70    | 74    | 75    | 81    | 83    | 85    | 85    | 180   | 180   | 20,273                     | 20                              |
| 23 | Латвия               | 49    | 110   | 104   | 109   | 47    | 59    | 88    | 89    | 96    | 96    | 64,589                     | 65                              |
| 24 | Ирландия             | 94    | 93    | 92    | 92    | 93    | 93    | 93    | 90    | 90    | 90    | 70,280                     | 70                              |

Автори: Йордан Ибришимов, Българско кемпер общество, адв. Дончо Бораджиев, Мирослава Петрова, Зорница Бойчева. [bqcampersociety@gmail.com](mailto:bqcampersociety@gmail.com); 0878 983 845; 0888 243 239 12

|    |                           |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |           |       |
|----|---------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|-------|
| 25 | Люксембург                | 99     | 97     | 93     | 91     | 89     | 88     | 88     | 84     | 83     | 79     | 2,586     | 3     |
| 26 | Турция* /Европейска част/ |        |        | 5      | 6      |        | 39     | 62     | 64     | 65     | 72     | 24,378    | 24    |
| 27 | Словакия                  | 68     | 70     | 68     | 64     | 61     | 54     | 56     | 52     | 51     | 52     | 49,036    | 49    |
| 28 | Литва                     | 20     | 20     | 21     | 22     | 23     | 26     | 29     | 27     | 34     | 26     | 65,200    | 65    |
| 29 | Сърбия                    |        | 19     | 25     | 20     | 20     | 20     | 20     | 21     | 21     | 21     | 88,361    | 88    |
| 30 | България                  | 13     | 9      | 8      | 8      | 8      | 11     | 9      | 10     | 14     | 14     | 110,994   | 111   |
| 31 | Северна Македония         | 11     | 12     | 12     | 12     | 12     | 12     | 12     | 12     | 12     | 13     | 25,333    | 25    |
| 32 | Черна гора                |        | 21     |        |        |        | 11     | 10     | 12     | 12     | 12     | 13,812    | 14    |
| 33 | Естония                   | 139    | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 10     | 9      | 8      | 7      | 45,226    | 45    |
| 34 | Лихтенщайн                | 2      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1      | 2      | 2      | 3      | 160       | 0     |
| 35 | Кипър                     | 3      | 3      | 3      | 3      | 2      | 2      | 2      | 2      | 2      | 2      | 9,251     | 9     |
| 36 | Малта                     |        | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 316       | 0     |
|    | ОБЩО                      | 28,300 | 28,575 | 29,737 | 30,253 | 30,441 | 29,767 | 29,845 | 29,314 | 29,982 | 29,602 | 5,070,412 | 5,070 |

**Таблица 2: Къмпинги, паркинги за автомобили за отпих и паркинги за ремаркета /бр./'000 кв.км. /**

| №  | Страна \ Година           | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020* |
|----|---------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1  | Нидерландия               | 53.32 | 51.99 | 78.94 | 75.37 | 72.65 | 69.91 | 67.93 | 67.43 | 65.96 | 62.68 |
| 2  | Люксембург                | 38.28 | 37.51 | 35.96 | 35.19 | 34.42 | 34.03 | 34.03 | 32.48 | 32.10 | 30.55 |
| 3  | Обединеното Кралство      | 20.90 | 21.50 | 21.70 | 21.72 | 21.82 | 19.52 | 19.52 | 19.52 | 19.52 | 19.52 |
| 4  | Лихтенщайн                | 12.50 | 6.25  | 6.25  | 6.25  | 6.25  | 6.25  | 6.25  | 12.50 | 12.50 | 18.75 |
| 5  | Хърватска                 | 4.30  | 9.06  | 9.62  | 10.10 | 10.74 | 11.55 | 12.84 | 14.52 | 15.07 | 14.77 |
| 6  | Франция                   | 14.12 | 14.12 | 13.51 | 14.35 | 14.74 | 14.75 | 14.69 | 14.53 | 14.58 | 14.54 |
| 7  | Белгия                    | 16.03 | 15.77 | 14.85 | 13.83 | 11.77 | 11.34 | 11.41 | 11.64 | 11.24 | 10.75 |
| 8  | Швейцария                 | 10.17 | 10.24 | 10.12 | 9.98  | 9.93  | 9.83  | 9.83  | 9.71  | 9.69  | 9.69  |
| 9  | Дания                     | 9.72  | 9.68  | 9.61  | 9.65  | 9.58  | 9.51  | 9.56  | 9.44  | 9.49  | 9.49  |
| 10 | Словения                  | 3.30  | 3.45  | 3.65  | 3.70  | 4.00  | 4.09  | 4.19  | 4.19  | 8.88  | 8.88  |
| 11 | Германия                  | 8.48  | 8.02  | 8.00  | 8.09  | 8.15  | 8.28  | 8.36  | 8.47  | 8.56  | 8.59  |
| 12 | Италия                    | 8.82  | 7.83  | 7.72  | 7.94  | 7.95  | 7.85  | 7.71  | 7.57  | 7.57  | 7.21  |
| 13 | Чехия                     | 6.18  | 6.52  | 6.42  | 6.50  | 6.54  | 6.47  | 6.53  | 7.18  | 7.19  | 7.19  |
| 14 | Австрия                   | 6.57  | 6.70  | 6.79  | 6.99  | 7.14  | 7.24  | 7.29  | 7.14  | 7.31  | 7.18  |
| 15 | Румъния                   | 0.18  | 0.15  | 2.08  | 2.13  | 2.68  | 2.64  | 2.85  | 0.81  | 3.02  | 2.98  |
| 16 | Турция* /Европейска част/ | 0.00  | 0.00  | 0.21  | 0.25  | 0.00  | 1.60  | 2.54  | 2.63  | 2.67  | 2.95  |
| 17 | Португалия                | 2.62  | 2.64  | 1.90  | 2.69  | 2.81  | 2.34  | 2.53  | 2.72  | 2.72  | 2.69  |
| 18 | Испания                   | 2.48  | 2.47  | 2.47  | 2.47  | 2.49  | 2.50  | 2.50  | 2.51  | 2.55  | 2.60  |
| 19 | Унгария                   | 2.62  | 2.99  | 2.79  | 2.72  | 2.83  | 2.75  | 2.76  | 2.62  | 2.49  | 2.49  |
| 20 | Швеция                    | 2.37  | 2.34  | 2.41  | 2.40  | 2.40  | 2.40  | 2.38  | 2.35  | 2.35  | 2.35  |
| 21 | Исландия                  | 0.00  | 2.06  | 1.53  | 2.19  | 2.18  | 1.95  | 1.94  | 1.89  | 1.82  | 1.81  |
| 22 | Норвегия                  | 1.99  | 2.00  | 2.14  | 1.99  | 1.88  | 1.82  | 1.79  | 1.76  | 1.76  | 1.76  |
| 23 | Латвия                    | 0.76  | 1.70  | 1.61  | 1.69  | 0.73  | 0.91  | 1.36  | 1.38  | 1.49  | 1.49  |
| 24 | Гърция                    | 2.43  | 2.23  | 2.25  | 2.36  | 2.36  | 2.34  | 2.29  | 2.10  | 2.11  | 1.45  |
| 25 | Ирландия                  | 1.34  | 1.32  | 1.31  | 1.31  | 1.32  | 1.32  | 1.32  | 1.28  | 1.28  | 1.28  |
| 26 | Словакия                  | 1.39  | 1.43  | 1.39  | 1.31  | 1.24  | 1.10  | 1.14  | 1.06  | 1.04  | 1.06  |
| 27 | Полша                     | 0.43  | 1.03  | 1.01  | 0.98  | 0.99  | 0.99  | 1.04  | 1.04  | 1.04  | 1.04  |
| 28 | Черна гора                | 0.00  | 1.52  | 0.00  | 0.00  | 0.00  | 0.80  | 0.72  | 0.87  | 0.87  | 0.87  |
| 29 | Финландия                 | 0.73  | 0.73  | 0.72  | 0.72  | 0.70  | 0.68  | 0.67  | 0.65  | 0.64  | 0.63  |
| 30 | Северна Македония         | 0.43  | 0.47  | 0.47  | 0.47  | 0.47  | 0.47  | 0.47  | 0.47  | 0.47  | 0.51  |
| 31 | Литва                     | 0.31  | 0.31  | 0.32  | 0.34  | 0.35  | 0.40  | 0.44  | 0.41  | 0.52  | 0.40  |
| 32 | Сърбия                    | 0.00  | 0.22  | 0.28  | 0.23  | 0.23  | 0.23  | 0.23  | 0.24  | 0.24  | 0.24  |
| 33 | Кипър                     | 0.32  | 0.32  | 0.32  | 0.32  | 0.22  | 0.22  | 0.22  | 0.22  | 0.22  | 0.22  |
| 34 | Естония                   | 3.07  | 0.00  | 0.00  | 0.00  | 0.00  | 0.00  | 0.22  | 0.20  | 0.18  | 0.15  |

|           |                 |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|-----------|-----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| <b>35</b> | <b>България</b> | 0.12 | 0.08 | 0.07 | 0.07 | 0.07 | 0.10 | 0.08 | 0.09 | 0.13 | 0.13 |
| <b>36</b> | <b>Малта</b>    | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |

## 1.5. Видове къмпиране, използвана терминология

Къмпирането условно може да се групира по три признака, а именно:

-  местата, на които се къмпира
-  средствата, с които се къмпира
-  начинът, по-който се къмпира

Последващото изложение накратко разглежда видовете къмпиране, групирани по трите признака.

### 1.5.1. Места за къмпиране

#### *а. Къмпинг*

*Къмпингите* са места специално предназначени за разпъване на палатки, престой на каравани и кемпери. Те позволяват както краткосрочно къмпиране (до 48 часа престой), така и дългосрочно, т.е. с престой над 48 часа. В *къмпингите* могат да къмпират палатки, коли с покривни палатки, рамаркета-палатки, сгъваеми каравани, каравани, стационарни каравани, модифицирани микробуси (кастенваген) и кемпери.

*Къмпингите* се категоризират според удобствата които предлагат, като в тази област са необходима адаптация на нормативната уредба в България, която да отговори на съвременните тенденции в сектора и развитието на къмпинг туризма в световен мащаб.

*Къмпингите* подлежат на регулация, като за изграждането им се изисква разрешение за строеж и други нормативни документи, разрешителни и регистрации, съгласно законодателството на страната. В България процедурата за създаване на къмпинги е тромава и усложнена, равняваща се на процедурата по построяване на хотел. В Европа, за поощряване на създаването на къмпинги, съществуват редица улеснения в процедурите при отваряне на малки къмпинги. Напр.: В страни като Франция, къмпинги с по-малко от 20 места не подлежат на регулации и се откриват само с уведомителен режим, като се попълва декларация, че отговарят на определени изисквания, публикувани в наръчника за този тип места. Такива къмпинги могат да бъдат отваряни с минимални инвестиции.

Промени в законодателството по облекчаване режима за изграждане и пускане в експлоатация на къмпинги, ще позволи на малките общини и предприемчиви хора от селските райони да развият лесно къмпинг туризма като част от средствата за препитание от една страна, и като източник на финансиране на общините от друга.

## ***в. Кемпер стоп***

*Кемпер стопът* е място за паркиране на кемпери и каравани / т.е. представлява паркинг/, който може да бъде разположен в населеното място, в централна или крайна част. Кемпер стопът най- често е оградено място, където кемперите и караваните са разположени в близост един до друг и не се предоставя удобство да се разпъват тенти, маси и столове.

В много от европейските градове влизането в централната част с каравани и кемпери е забранено, поради големия габарит и възможностите за създаване на задръствания. Създават се *кемпер стопове* разположени в покрайнините, в близост до спирки на градски транспорт, което е по-удобно и за туристите решение. *Кемпер стопове* има почти навсякъде в европейските страни, в градове, села, до исторически и туристически забележителности, минерални извори и др.

*Кемпер стоповете* са силно натоварени, поради това, че са по-евтини от къмпингите и са предпочитани за *туров* туризъм. Поради естеството на ползване на кемперите, хората които ги предпочитат, практикуват турове (обиколки), с кратки преседявания на едно място 1-2 дни. *Кемпер стоповете* обикновено са платени и се изграждат с автоматични бариерни системи с придружаващи ги автомати за заплащане. Обичайна цена за престой в ЕС- 12евро /24ч.

В *кемпер стоповете* могат да бъдат поставени сервизни точки, което ги прави още по привлекателни за паркиране. Позиционират се в населените места, в близост до връзка с градски транспорт или в близост до туристически забележителности. Обикновено за изграждането им се използват, съществуващи асфалтирани или бетонирани площадки, както насипани с чакъл пространства. Няма нужда от регулации, тъй като имат статут на паркинги.

***Снимка 1: Кемпер стоп***



*Кемпер стоповете са приоритет за създаване и в законодателствата си европейските страни задължават общините да изграждат такива, за да могат да привличат повече туристи. Тези точки са с малки изисквания за инфраструктура, лесни за изграждане и с необходим нисък бюджет за създаването им. Така се урегулира и не навлизането на тези превозни средства в градската част.*

### ***с. Сервизни точки за кемпери и каравани***

*Сервизните точки за кемпери и каравани представляват съоръжение предназначено за сервизно обслужване на кемпери и каравани. В тези точки собствениците могат да изхвърлят касетите на тоалетните, да изпразнят резервоарите за сива вода (от мивки и бани), да заредят прясна вода в резервоарите. Услугата може да бъде платена или безплатна. Обичайна цена в ЕС - 5 евро/сервизиране. Заплащането става автоматично с банкноти, монети или карти. Изграждат се в близост до градската инфраструктура, на входовете на населените места или в кемпер стопове и къмпинги. Обозначават се със знака от Снимка .... Могат да бъдат оборудвани и с гнезда за ел. захранване (услугата се заплаща допълнително).*

***Снимка 2: Сервизни точки за кемпери и каравани***



### ***д. Свободно къмпирание / бивакуване***

Свободното къмпирание или както го наричат някои “Диво къмпирание” представлява свободно организиране на лагер/бивак в природата. Обикновено около язовири, реки или в гори. Практикува се масово у нас, както и в някои европейски държави. В една част от държавите в Европа, свободното къмпирание е забранено, но тези забрани са били въведени след като са били осигурени достатъчно места, за да могат къмпиращите да имат къде да почиват.

У нас свободното къмпирание се развива основно след 1989г., когато голяма част от къмпингите спират работа, в следствие и преустановяват дейност. Появява се дефицит на места за къмпирание и хората започват да организират самостоятелно лагери сред природата. Като основен проблем на този вид къмпирание е сочена липсата на сметоизвозване, поради факта, че много малко общини на чиито територии се извършва свободно къмпирание, не отчитат тази нужда и недобросъвестните ползватели, при липсата на правила и условия, замърсяват природата оставяйки отпадъците си. За замърсяването, съществено допринасят и хората на едномдневен излет, рибари, любители на водни спортове и др., поради факта, че местата на които ходят съвпадат с тези за къмпирание. Това особено накърнява репутацията на къмпиращите, които в по-голямата си част са хора, възпитани в духа на опазване на околната среда и любов към природата, приютяваща ги за тяхната пълноценна почивка.

### 1.5.2. Средства за Къмпирание

Къмпирането може да се осъществява по следните начини.

#### ***а. с палатка***

С палатка може да се къмпира на:

- *Къмпинг*
  - а. Краткосрочно /обикновено като част от туристическа обиколка/ – престой до 48-72 часа.
  - б. Дългосрочно /обикновено като ваканционна почивка/ Обикновено между 1 и 4 седмици.
- *Свободно къмпирание*

Свободното къмпирание се осъществява свободно сред природата, без да има обособени за това места.

#### ***б. с каравана***

С каравана, обикновено се извършва стационарно къмпирание, като може да се къмпира на следните места:

- *На къмпинг*
  - а. краткосрочно /обикновено като част от туристическа обиколка/ – престой до 48 часа.
  - б. дългосрочно /обикновено като ваканционна почивка/ Обикновено между 1 и 4 седмици.
- *На кемпер стоп.*

Къмпирването на кемпер стоп е обикновено краткосрочно, поради липсата на удобства за по- дългосрочно пребиваване.

- *Свободно къмпирване*

### ***с. с кемпер***

Кемперът е с най-широк диапазон от възможности за къмпирване.

- *На къмпинг*
  - а. краткосрочно
  - б. дългосрочно
- *На кемпер стоп*
- *В населени места*
- *Свободно къмпирване*

Кемперите са регистрирани като стандартни превозни средства, и като такива те могат имат достъп до всички точки за паркиране и всякаква пътна инфраструктура, освен на местата обозначени със знак за забрана на кемпери. Те притежават категория В или С. В европейските страни и техните законодателства е прието, че когато кемперът не е разпънал тента или маси и др. пособия и не отделя води, освен типичните механични води от двигателя, той не е в състояние на къмпирване, а е спряно или паркирано превозно средство. **Това е важен аспект от свободното придвижване с кемпери, който бе следвало да бъде регламентиран и в българското законодателство.**

### **1.5.3. Начини за Къмпирване**

#### ***а. Краткосрочно***

Краткосрочното къмпирване обикновено се признава като престой с продължителност до 48 часа, в редки случаи до 72 часа.

#### ***б. Дългосрочно***

Дългосрочното къмпирване обикновено представлява престой от 72 часа до 2 седмици, като има изключения. Рядко обаче, къмпиращите остават на едно място повече от две седмици, особено ако се придвижват с кемпер. Къмпиращите повече от две седмици са обикновено тези използващи палатки и/или каравани за своя престой.



## 2. Статистически данни за къмпинг туризма в Европа и България

В развитите европейски страни къмпипането достига до 33% от туризъм индустрията в държавата. В последните 5 години, в следствие на постоянния ръст и засилващия се интерес държавите в Европа започнаха да водят подробни статистики и да изготвят стратегии за постигане на устойчивост на този вид туризъм. Следвайки тази си цел, са разработени редица системи за държавни помощи и стимули за населението и общините за практикуване на къмпипането и откриването на нови точки за къмпипане.

### 2.1. Къмпипането в Европа

Данни за тенденциите в развитието на къмпипането в Европа, от гледна точка развитието и експлоатацията на нови къмпинг точки, бяха представени в предходното изложение /т.1.4. *Обща информация за развитието на къмпинг туризма в Европа*/. Ясен е трендът към нарастване на интереса на хората към този тип туризъм, особено през последните години. Подобни тенденции се наблюдават и в статистическите данни да ново регистрираните превозни средства за почивка през последните две години. Само за последната 2021 година, нарастването на ново регистрираните каравани и кемпери е над 10% /Виж Таблица 3/, като най- голям е ръстът в Австрия – 49,94%, следвана от Словения – 38,14% и Белгия – 27,26%. Отделна статистика за България въобще не се води, което е показателно за състоянието на отрасъла и отношението на досегашното управления към Къмпинг туризма.

Таблица 3: Регистрация на нови превозни средства за почивка /бр.<sup>2</sup>

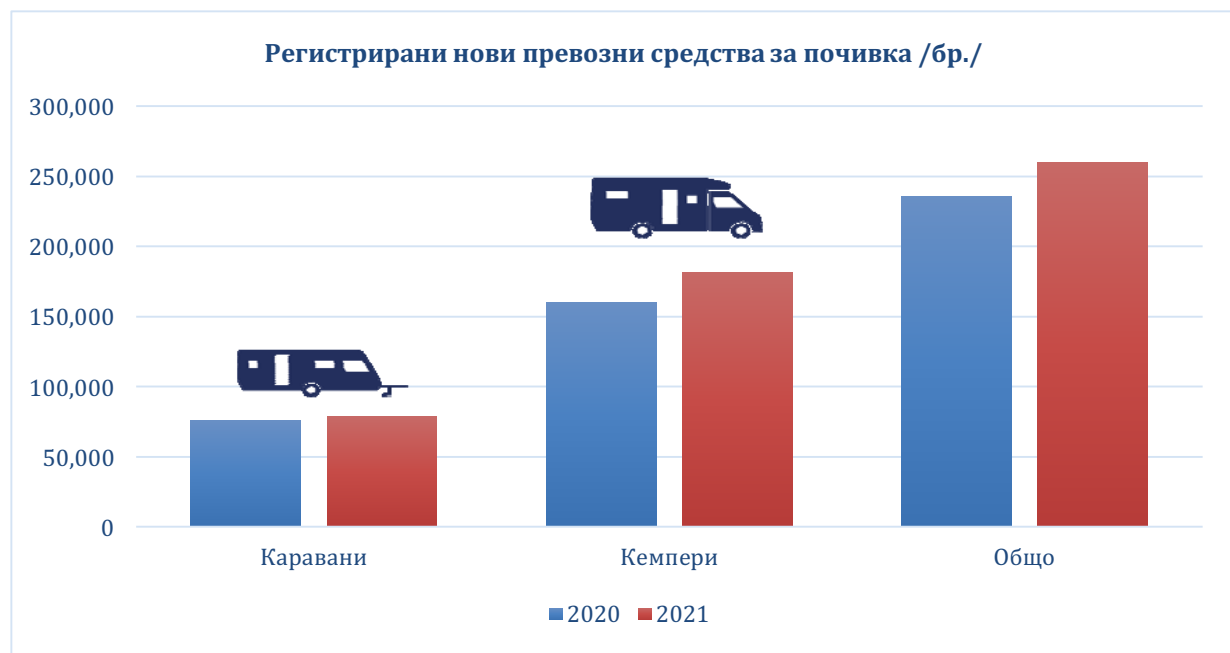
| Държава     | КАРАВАНИ |        |                | КЕМПЕРИ |        |                | ОБЩО    |         |                |
|-------------|----------|--------|----------------|---------|--------|----------------|---------|---------|----------------|
|             | 2020     | 2021   | Промяна<br>[%] | 2020    | 2021   | Промяна<br>[%] | 2020    | 2021    | Промяна<br>[%] |
| Австрия     | 998      | 1,166  | 16.83%         | 2,969   | 4,782  | 61.06%         | 3,967   | 5,948   | 49.94%         |
| Белгия      | 1,145    | 1,290  | 12.66%         | 5,437   | 7,086  | 30.33%         | 6,582   | 8,376   | 27.26%         |
| Дания       | 2,875    | 2,900  | 0.87%          | 1,298   | 1,704  | 31.28%         | 4,173   | 4,604   | 10.33%         |
| Финландия   | 870      | 1,052  | 20.92%         | 1,984   | 2,634  | 32.76%         | 2,854   | 3,686   | 29.15%         |
| Франция     | 7,080    | 7,446  | 5.17%          | 24,961  | 30,822 | 23.48%         | 32,041  | 38,268  | 19.43%         |
| Германия    | 29,148   | 24,718 | -15.20%        | 78,055  | 81,420 | 4.31%          | 107,203 | 106,138 | -0.99%         |
| Италия      | 514      | 568    | 10.51%         | 6,515   | 7,113  | 9.18%          | 7,029   | 7,681   | 9.28%          |
| Нидерландия | 6,948    | 8,521  | 22.64%         | 2,449   | 3,171  | 29.48%         | 9,397   | 11,692  | 24.42%         |
| Норвегия    | 2,460    | 2,681  | 8.98%          | 3,384   | 3,081  | -8.95%         | 5,844   | 5,762   | -1.40%         |
| Португалия  | 49       | 55     | 12.24%         | 309     | 270    | -12.62%        | 358     | 325     | -9.22%         |
| Словения    | 119      | 172    | 44.54%         | 311     | 422    | 35.69%         | 430     | 594     | 38.14%         |

<sup>2</sup> <https://www.e-c-f.com/artikel/registration-figures/>

|                |               |               |              |                |                |               |                |                |               |
|----------------|---------------|---------------|--------------|----------------|----------------|---------------|----------------|----------------|---------------|
| Испания        | 1,688         | 1,926         | 14.10%       | 6,149          | 6,175          | 0.42%         | 7,837          | 8,101          | 3.37%         |
| Швеция         | 3,613         | 3,869         | 7.09%        | 4,011          | 5,066          | 26.30%        | 7,624          | 8,935          | 17.20%        |
| Швейцария      | 1,562         | 1,687         | 8.00%        | 6,731          | 8,498          | 26.25%        | 8,293          | 10,185         | 22.81%        |
| Великобритания | 15,098        | 18,660        | 23.59%       | 12,613         | 14,074         | 11.58%        | 27,711         | 32,734         | 18.13%        |
| Други          | 1,768         | 2,028         | 14.71%       | 3,008          | 4,986          | 65.76%        | 4,776          | 7,014          | 46.86%        |
| <b>ОБЩО</b>    | <b>75,935</b> | <b>78,739</b> | <b>3.69%</b> | <b>160,184</b> | <b>181,304</b> | <b>13.18%</b> | <b>236,119</b> | <b>260,043</b> | <b>10.13%</b> |

Само за последната година в Европа са регистрирани над 260 хил. нови превозни средства за почивка, в т.ч. каравани и кемпери, като най- голям е делът на Германия – над 106 хил. броя, следвана от Франция – над 38,2 хил.бр. и Великобритания – над 32,7 хил.бр.

Превес в новорегистрираните превозни средства имат кемперите – 13,18%, при едва 3,69% ръст при караваните. Това е ясен сигнал за предпочитанията на населението все повече да прави *туров* туризъм, а не стационарен.



Водещата европейска държава по брой на нощувките на къмпинги, паркинги за автомобили за отдых и паркинги за ремаркета е Франция със 128 602 хил. нощувки за една година /2019 год./, следвана от Италия д 54 599 хил.бр. и Великобритания и 51 435 хил.бр. По брой на нощувките на места за къмпирание, България заема 29 място в Европа с едва 75 хил.броя нощувки

Таблица 3: Нощувки на къмпинги, паркинги за автомобили за отдих и паркинги за ремаркета /хил.бр./година/

| №  | Година /хил.бр./         | 2010    | 2011    | 2012    | 2013    | 2014    | 2015    | 2016    | 2017    | 2018    | 2019    |
|----|--------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 1  | Франция                  | 103,834 | 106,778 | 105,682 | 109,418 | 109,743 | 112,876 | 112,166 | 123,971 | 125,007 | 128,602 |
| 2  | Италия                   | 66,295  | 66,862  | 56,346  | 53,137  | 52,900  | 53,626  | 54,314  | 56,801  | 54,623  | 54,599  |
| 3  | Великобритания           | 51,355  | 49,111  | 54,528  | 54,135  | 54,135  | 51,036  | 51,435  | 51,435  | 51,435  | 51,435  |
| 4  | Испания                  | 30,809  | 31,670  | 31,339  | 31,376  | 32,309  | 34,392  | 36,642  | 38,712  | 39,159  | 40,721  |
| 5  | Германия                 | 24,409  | 24,960  | 26,008  | 26,000  | 27,876  | 29,220  | 30,462  | 31,051  | 34,558  | 35,756  |
| 6  | Нидерландия              | 19,297  | 18,817  | 17,414  | 21,059  | 21,487  | 20,993  | 20,911  | 19,798  | 20,748  | 21,875  |
| 7  | Хърватия                 | 13,793  | 14,841  | 16,242  | 16,646  | 16,519  | 17,158  | 17,484  | 19,082  | 19,275  | 19,174  |
| 8  | Швеция                   | 14,325  | 14,449  | 14,035  | 14,497  | 15,047  | 15,560  | 15,638  | 15,767  | 16,062  | 16,747  |
| 9  | Дания                    | 11,448  | 11,289  | 10,678  | 10,803  | 11,180  | 11,071  | 11,074  | 10,711  | 11,123  | 11,037  |
| 10 | Норвегия                 | 8,268   | 8,080   | 8,239   | 6,767   | 7,190   | 7,175   | 7,491   | 7,491   | 7,491   | 7,491   |
| 11 | Австрия                  | 4,787   | 4,969   | 5,269   | 5,322   | 5,107   | 5,453   | 5,931   | 6,408   | 6,950   | 7,141   |
| 12 | Португалия               | 6,512   | 6,434   | 6,225   | 5,612   | 5,637   | 5,782   | 6,612   | 6,576   | 6,841   | 6,942   |
| 13 | Швейцария                | 3,281   | 3,057   | 2,964   | 2,864   | 2,673   | 2,657   | 2,786   | 3,174   | 3,580   | 3,757   |
| 14 | Чехия                    | 2,089   | 1,953   | 2,073   | 2,212   | 2,195   | 2,563   | 2,783   | 2,973   | 3,301   | 3,422   |
| 15 | Белгия                   | 3,076   | 3,078   | 2,855   | 2,570   | 2,576   | 2,961   | 2,772   | 2,741   | 3,225   | 3,045   |
| 16 | Гърция                   | 1,741   | 1,710   | 1,330   | 1,404   | 1,439   | 1,560   | 1,618   | 1,656   | 1,964   | 2,110   |
| 17 | Словения                 | 1,171   | 1,274   | 1,297   | 1,304   | 1,219   | 1,345   | 1,397   | 1,689   | 1,689   | 2,037   |
| 18 | Унгария                  | 1,325   | 1,241   | 1,578   | 1,631   | 1,641   | 1,732   | 1,787   | 1,966   | 2,002   | 2,028   |
| 19 | Финландия                | 2,109   | 2,182   | 2,002   | 2,072   | 1,974   | 1,829   | 1,816   | 1,791   | 1,853   | 1,909   |
| 20 | Ирландия                 | 3,335   | 2,373   | 1,168   | 1,062   | 1,046   | 1,038   | 1,033   | 1,033   | 1,765   | 1,581   |
| 21 | Полша                    | 585     | 547     | 871     | 855     | 850     | 990     | 1,065   | 1,141   | 1,258   | 1,281   |
| 22 | Люксембург               | 487     | 641     | 777     | 856     | 934     | 999     | 970     | 939     | 952     | 944     |
| 23 | Исландия                 | 244     | 256     | 571     | 521     | 946     | 859     | 937     | 937     | 937     | 901     |
| 24 | Румъния                  | 201     | 188     | 260     | 223     | 157     | 258     | 235     | 273     | 243     | 331     |
| 25 | Словакия                 | 222     | 196     | 217     | 223     | 184     | 215     | 294     | 311     | 342     | 323     |
| 26 | Турция /Европейска част/ |         |         |         | 57      | 318     | 92      | 355     | 355     | 251     | 307     |
| 27 | Латвия                   | 123     | 142     | 159     | 204     | 242     | 127     | 139     | 140     | 159     | 167     |
| 28 | Литва                    | 53      | 58      | 58      | 69      | 72      | 75      | 68      | 66      | 112     | 139     |
| 29 | България                 | 20      | 50      | 42      | 35      | 32      | 40      | 57      | 58      | 64      | 76      |
| 30 | Северна Македония        | 110     | 99      | 95      | 74      | 58      | 42      | 40      | 56      | 58      | 56      |
| 31 | Сърбия                   |         |         | 34      | 35      | 38      | 41      | 42      | 42      | 42      | 42      |
| 32 | Черна гора               |         |         | 26      | 26      | 26      | 21      | 30      | 25      | 25      | 25      |
| 33 | Естония                  | 188     | 199     | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 11      | 12      | 15      |
| 34 | Лихтенщайн               | 15      | 15      | 2       | 2       | 2       | 1       | 2       | 3       | 4       | 5       |
| 35 | Кипър                    | 25      | 23      | 30      | 26      | 26      | 3       | 2       | 5       | 2       | 2       |
| 36 | Малта                    |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |

|                                                   |               |               |               |               |               |               |               |               |               |               |
|---------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>ОБЩО</b>                                       | <b>79,535</b> | <b>79,342</b> | <b>79,096</b> | <b>77,973</b> | <b>79,329</b> | <b>81,647</b> | <b>84,456</b> | <b>87,420</b> | <b>91,580</b> | <b>93,034</b> |
| липса на данни /въведени последни подадени данни/ |               |               |               |               |               |               |               |               |               |               |

## **2.2. Къмпирването в БГ, брой къмпинги и превозни средства**

Според официална справка в момента в България са регистрирани над 7000 кемпера и каравани. Съществен факт по отношение на закупените и регистрирани в България каравани и кемпери, е че те са втора употреба, внос. Хората, които ползват караваните си стационарно на къмпинги или в частни имоти рядко ги регистрират. Допълнително затруднение при регистрацията са различията по начина на регистрация и съпътстващите документи между България и други държави.

Споменатите цифри са само за България и не включват туристите идващи от чужбина през летния сезон.

### 3. Анализ на потенциала на България за развитие на къмпинг туризъм

Основен “продукт” на къмпинг туризма са запазената природа, запазените местни бит и култура, запазените историческите забележителности и археологически обекти. Налице е и огромен интерес на къмпиращите туристи към България. Изводът който следва да направим, че два от трите компонента на този огромен туристически сектор са на лице. Целта на стратегията е да постави началото и основите по осигуряване и урегулиране на последния - предлагането.

#### 3.1. Природа

България разполага едновременно с прекрасна природа - красиво черноморско крайбрежие, безброй реки и язовири и световно признато културно и историческо наследство. Това превръща страната ни в изключително желана дестинация за къмпинг туристите от цяла Европа. В България са регистрирани 500 защитени местности, 350 природни забележителности, а от българските резервати след 1970 г. 16 са обявени за биосферни резервати по програмата на ЮНЕСКО „Човек и биосфера“.

Природа. България разполага с уникална природа с пълната пъстрота и на четирите сезона, което води до възможността за практикуване на всички разновидности на къмпинг туризма. Без опасни отровни видове и без опасни диви зверове. Това е огромно богатство за обществото ни, което може да допринесе много за собственото ни здраве и целия туристически бранш. Масовото свободно къмпиране през последните десетилетия показва, че България разполага с достатъчно лесно достъпни места за къмпиране, където туристите се наслаждават на природата без да навлизат дълбоко в нея и да смущават обитателите ѝ. През последните години в различни части на страната, предимно около водоеми - море, реки, езера и язовири, или в планински райони в близост до забележителности, се обособиха редица подобни, лесно достъпни места за свободно къмпиране.

**Морска ивица** - морската ивица на страната има добър потенциал за развитие. Широките и дълги плажни ивици по северното Черноморие и терените зад тях са чудесен вариант. В миналото, в голяма част от общините по северното Черноморие са съществували големи къмпинги и почивни бази от бунгала на различните предприятия. Положението е било подобно и на южното Черноморие, но в момента презастрояването на плажовете донякъде е намалило потенциала за развитие на юг. Много подходящ е вариантът, отредените за природосъобразен туризъм плажове да прераснат в зони за къмпиране с ясни регулация, което ще разгледаме в предложенията за развитие по-долу.

**Реки.** Страната ни разполага с множество реки, които протичат през прекрасни гористи, равнинни и планински местности. По поречията на реките съществуват чудесни условия за създаване на къмпинги. Съществуват стотици равнинни местности, в гористи и полски участъци. Местата покрай реките са атрактивни и за риболов и рафтинг, което е и чудесна

възможност за допълнителна дейност на фирмите предлагащи речни атракции. Поречията на реките носят хладен въздух и в горещото лято са търсени от хората за спасяване от горещините.

**Язовири и езера.** Голяма част от язовирите и езерата имат полегати брегове с красиви поляни и дървесна растителност. Равнинните брегове извън сервитута са чудесни за обособяване на къмпинг зони. Такива вече има изградени няколко в България- на яз. Батак, яз. Доспат, яз. Жребчево и др. Освен това повечето от язовирите в страната се ползват от дълги години за летуване от свободно къмпиращи.

**Ски курорти** - практиката показва, че къмпинг туризма не се ограничава в топлите месеци от годината. Кемперите и караваните разполагат с отоплителни системи, които позволяват ползването им през есенно-зимния сезон. По нашите курорти всяка зима, могат да бъдат видени много кемпери и каравани. В Европа във всеки зимен курорт има и кемпер стопове. Обособяването и изграждането на кемпер стопове във вече създадени курорти е лесно и не изисква особени ресурси.

### 3.2. Културно-историческо богатство

Като страна с хилядолетна история и наследство, оставено от древни цивилизации, България има какво да предложи на своите гости, които имат интереси в областта на историята, културата, етнографията, религията, архитектурата и изкуството. Страната ни разполага с уникални археологически открития от най-различни епохи, архитектурни резервати, етнографски комплекси, църкви и манастири и много други.

Въпреки сравнително малката си територия, в България са регистрирани около 40 000 исторически паметници (7 от които в Списъка на ЮНЕСКО на световното културно наследство), 43 резервати - паметници на културата, 18 архитектурни резервата, 160 манастира, около 330 музея и галерии. Запазени са множество църкви и манастири, съхранили българската вяра и култура.

Възрожденският дух и култура на България могат да бъдат открити в много от българските градове и села, в етнографските ни музеи. Разполагаме с изключително богат календар на фолклорни и фестивални събития, в които са включени много традиции и обичаи, чрез които туристът може да се докосне до българския бит и култура. Обособяването на импровизиран къмпинг около всеки събор и фестивал се е превърнало в неизменна част от провеждането му.

Изключително важно и разработването на карта в България за потенциалните точки за къмпирание, които да бъдат съобразени и в близост на обектите, описани по-горе. Това ще гарантира високата посещаемост и икономическата ефективност от изграждането на съответната локация за къмпирание.

### 3.3. Винен и кулинарен туризъм

България отбелязва ръст в развитието на винената си индустрия. През последните десетилетия се създадоха множество малки винарни в селата. Те предлагат дегустации на качествени вина и вкусна храна. В страната ни са обособени два района за производство на регионални вина: Дунавска равнина и Тракийска низина. Според една от водещите организации във винения сектор ДиВино, районите са 8, защото България се отличава с впечатляващо разнообразие на релеф, климат, почви и винарски традиции. Според ДиВино в страната има над 200 винени дестинации. Голяма част от тях са малки и средни винарни, предлагащи дегустации. Именно местата, където са тези винарни са изключително подходящи за изграждане на точки за къмпирене. Тези дестинации са привлекателни за туристите с кемпери и каравани, които както бе подчертано по-горе са хора с добри финансови възможности, ценители на хубавата храна и вина.

Всички тези места реално са ориентир за съответните общини или частни инициативи къде е насочен интереса към къмпинг туризма. Почти винаги това са лесно достъпни места, които се нуждаят от минимална намеса за облагородяване и регулиране. Следва внимателно да се обмислят вариантите за взаимодействие и насърчаване на частната и общинска инициатива за създаване на къмпинг точки. Възможността отделни терени да се предоставят на различни организации с отношение към къмпиренето, която е съществувала преди 1989-та година, следва да се обмисли сериозно.

### 3.4. Инфраструктура

Десетилетното практикуване на къмпирене в България е установило голям брой популярни и достъпни дестинации. Къмпиращите са свикнали да се справят сами във всякакви ситуации и на всякакъв терен. Това е приемливо за свободно къмпиращите, но по никакъв начин не може да се нарече туристически продукт. В предходното изложение бе споменато, че броя на регулираните къмпинги е изключително малък и не отговаря на търсенето.

Ако искаме да сме конкурентни на къмпинг пазара, държавата в лицето на отговорните институции – Министерства, контролни органи, общини, органи на местна власт и управление следва сериозно да се ангажира с изграждането на нормална къмпинг инфраструктура. Важно е още веднъж да отбележим, че тя не е скъпа, не изисква дълъг инвестиционен период и е с нулев или минимален ефект върху природата.

Къмпинг инфраструктурата е определяща за категорията както на самите места, така и за класа туристи, които ще привлича. Тя може да варира от просто обособен (подравнен, окосен) терен, до луксозен къмпинг, предлагащ басейни, ресторанти, спортни игрища и куп други атракции и екстри.

Задължителен елемент за всички видове къмпирене е сметосъбирането и сметоизвозването. Това е и единственият аргумент против този вид туризъм, и в частност свободното къмпирене. Сметосъбирането и сметоизвозването си има своята цена и къмпиращите следва и са готови да я платят. На този етап липсва само организацията и

контрол по тяхното осъществяване. Поставянето и обслужването на контейнер за смет за къмпингите е логично да се поема от самите тях и да е включено в цената. На популярните за свободно къмпирание места също следва да се осигури сметоизвозване от разумно разстояние. То трябва да се поеме от общината. Независимо от икономическите ползи за общината и местния бизнес от къмпинг туристите, не е редно разходите за сметосъбиране и сметоизвозване да е за сметка на местното население.

Поради тази причина в настоящата стратегия се залага създаването и приемането на задължителна такса за всички нощуващи къмпиращи, парите от които ще отиват целево за сметосъбиране и сметоизвозване, както и за облагородяване и създаване на нови места за къмпирание на територията на съответната община.

### 3.5. Необходими стъпки

С цел обобщаване на анализа на потенциална на България за развитие на къмпинг туризма, следва да се направят две основни стъпки

*Първо:* Извършване на проучване, иницирано от Министерство на туризма и извършено със съдействието на общините в България, за:

- нагласите на населението и намеренията за прекарване на почивките през годината - със или без кемпер, каравана, палатка.
- предпочитания за начин на къмпирание – стационарно или турово;
- намерения за закупуване или вземане под наем на средство за къмпирание.
- разделяне по възрастови групи, доходи, пол и пр.
- предпочитания за местата за къмпирание – планини, море, реки, язовири, в близост до забележителности, в близост до местности с развит винен туризъм, селски туризъм и пр.



*Второ:* Изготвяне на подробен доклад по общини за утвърдените към момента места за къмпирание, предложение за подходящите места за бъдещо развитие,

предложение за начина на експлоатация и стопанисване.

**ИЗВОД: При добра, целенасочена и ефективна политика на стимулиране на къмпинг туризма през следващите 1 до 2 години България може да се превърне в топ къмпинг дестинация.**

България разполага с огромна палитра от забележителности, представляващи достатъчен атрактивен за привличане на къмпинг туристи. Дори и при настоящата липса на държавна ангажираност (вкл. желание за забрана) за този тип туризъм, България е в челото на класациите на желаните къмпинг дестинации в Европа. В същото време сме на последно място по приходи след държави, които нямат море и дългогодишни традиции в къмпингането. Трябва да се отбележи, че туристите от развитите европейски държави, биха посетили България, само в условия на добре развита инфраструктура. Никога немски, френски или друг гражданин не би се решил на пътешествие в страна, където няма организирани сервизни точки за обслужване на тоалетните и резервоарите за чиста и отпадна вода на кемпери и каравани, както и недостатъчно места за къмпингане. Всичко това обосновава спешната нужда от изграждане на къмпинг инфраструктура. Инфраструктура, чиято стойност и въздействие върху природата сравнени с инвестициите в обектите за всички останали отрасли на туризма е пренебрежимо малка.

Извода от всичко по-горе е, че с настоящия потенциал на България и интерес към къмпингане на територията ѝ, с минимални инвестиции и удачна държавна регулация можем да се превърнем във водеща и печеливша къмпинг дестинация. Със собствени правила, в защита на обществен интерес, правата на гражданите, за здравословен живот, отговарящи на традициите, потребностите и уникалните възможности, с които нашата държава несъмнено разполага.



## 4. Икономически анализ на къмпинг туризма

### 4.1. Приходи от къмпинг туризъм

През последните години ускорените темпове на развитие на къмпинг туризма, доведе до нужда от събиране на статистическа информация и сериозни анализи на този сектор от отрасъл „туризъм“ в развитите в това отношение страни. Най-добре подготвена

Автори: Йордан Ибришимов, Българско кемпер общество, адв. Дончо Бораджиев, Мирослава Петрова, Зорница Бойчева. [bgcampersociety@gmail.com](mailto:bgcampersociety@gmail.com); 0878 983 845; 0888 243 239

в това отношение може да се посочи Германия и анализите на DWIF Германския икономически институт по туризъм, който ежегодно излиза със сериозни изследвания в тази област. За пример ще ползваме данните от доклада на DWIF от 2021г. Приходите от къмпинг туризъм само за Германия за 2018 год. са в размер на 15 000 000 000 EUR и се генерират в няколко основни направления. Същите са и могат да бъдат източник на приходи, както за местния бизнес, така и държавния и общински бюджети, във всяка страна, която постави къмпинг туризма като приоритетен отрасъл за развитие.

Без да претендираме за изчерпателност, можем да отбележим, че основните направления на генериране на приходи са:

#### 4.1.1 Приходи от данъци и такси

Приходите от данъци и такси, отново могат да бъдат структурирани в няколко основни направления:

- ✚ местен данък, дължим при придобиване на МПС.

Както бе подчертано, кемперите и каравани представляват моторно превозно средство, респективно част от моторно превозно средство, и като такова, при неговата покупка следва за се заплати данък при придобиване на имущество по възмезден начин.

- ✚ приходи от ДДС от продажбите както на каравани и кемпери, така и на всякакъв друг тип оборудване за къмпирене – палатки, тенти, маси и столове, спални чували, дрехи и необходимите аксесоари за свободно лагериране
- ✚ корпоративен подоходен данък – от всички частни фирми и смесени /публично – частни/ партньорства, участващи по някакъв начин във веригата по директни организиране и/или извършване на доставки и услуги във връзка с организирането на къмпинг туризма.

За пример: за 2019 год. къмпинг туризмът в Германия води до данъчни приходи от данък добавена стойност и данък върху дохода на обща стойност около 2,3 милиарда евро, от които около 70% от това е ДДС и 30% е данък върху дохода.

- ✚ годишен данък МПС – плащан ежегодно от всички собственици на кемпери и каравани.
- ✚ туристическа такса – чието плащане ще извършват всички къмпиращи /онлайн или чрез оператора на мястото за престой или къмпирене/

Само за последните две години в България, се наблюдава ръст от над 40% в продажбите на къмпинг оборудване, аксесоари и дрехи. Поради все още високите продажни цени, и едновременно с това ниската покупателна способност на българското население, не се наблюдава тенденция към увеличаване на броя на закупените кемпери и каравани в България. Обратна е тенденцията в Европа обаче, където производството на кемпери и каравани само за последната година нараства с повече от 40%.

#### 4.1.2 Приходи от нощувки

В зависимост от вида на търговската единица – частно дружество и/или публично частно партньорство, приходите от нощувки от къмпиращите туристи могат да бъдат едно значително перо, както за бизнеса, така и за бюджета.

Към настоящия момент средната такса за нощ за престой на къмпинг на палатка е 10 лв., на кемпер от 20-30 лв., на каравана също толкова. По статистически данни за 2019 год. броя на къмпинг нощувките в България е бил само 76 хил. броя. Вземайки под внимание фактът, че в България значителна част от функциониращите къмпинги, кемпер – стопове и др. места за престой от аналогичен тип не са регистрирани, няма изградена лесна, бърза и ефективна система за регистрация, както и система за контрол на регистрацията на пребиваващите къмпинг туристи, бройките на отчетените нощувки са в десетки пъти по- малко от реалните, т.е. загубите за бюджета са съществени.

#### 4.1.3. Приходи от посещения на различни природни и исторически забележителности.

Изключително важен факт, при анализа на този тип приходи, е че туристите с кемпери и каравани са много по- активни в посещенията на музеи, исторически и природни забележителности, местни събития - събори, фестивали и т.н., отколкото стационарно почиващите в хотели, особено от типа All Inclusive. Избирайки динамичната почивка с обиколки по различни маршрути и дестинации, предполага че туристите от този тип имат желания и търсят да се запознаят със спецификите на местните традиции и обичаи, искат за посетят местните исторически, археологически и природни забележителности.

#### 4.1.4. Приходи от пазаруване в местни магазини, от местни производители, посещения на малки ресторанти с традиционна кухня и атракции.<sup>3</sup>

Значителна част от туристите с кемпери и каравани са финансово независими и имат доходи над средния за страната. Те обичат да посещават различни региони и страни

---

<sup>3</sup> Интересни факти за икономиката на къмпинг туризма в Германия: 38% от хората, които обмислят караванинг като опция за почивка, имат месечен нетен доход на домакинството от над 3000 евро. Една четвърт от домакинствата с афинитет към къмпирание печелят между 2000 и 3000 евро на месец. Настоящо проучване на Немския икономически институт за туризъм (dwif) също показва, че леговниците с каравани имат над средната покупателна способност и са готови да харчат пари. Според това изследване, те са донесли на германската икономика 14 милиарда евро продажби само през 2018 г. чрез потреблението си по време на ваканция.

Значителна част от тези туристи имат потенциал за закупуване и наемане на автомобили за отдих. Над две трети от хората с афинитет към кемпери и каравани не притежават превозно средство. Почти половината от тях (42 процента) обаче мислят да си купят кемпер или каравана през следващите години. Сред тях хората на възраст между 23 и 37 години и са най-голямата група (34 процента). 4,7 милиона германци също обмислят да наемат каравана или кемпер през следващите три години. Отново милениалите са най-силната група (38 процента). „Демонстрираният потенциал, както

Автори: Йордан Ибришимов, Българско кемпер общество, адв. Дончо Бораджиев, Мирослава Петрова, Зорница Бойчева. [bgcampersociety@gmail.com](mailto:bgcampersociety@gmail.com); 0878 983 845; 0888 243 239

с цел не само да се запознаят с местните традиции и обичаи, исторически, археологически и природни забележителности /виж 3.1.4./, но и за опитат местните вина, местната кухня, за си закупят домашно приготвени продукти, стоки и продукти от местни занаятчии, или такива от малки местни производители.

Същите тези туристи, индиректно подпомагат развитието на семейните бизнеси и традиции, развитието на традиционните занаяти, както и на микро и малкия бизнес в съответните райони, а оттам и до увеличаването на приходите в местните бюджети.

Една добре създадена, развивана и стимулирана от страна на държавата мрежа от точки за къмпирене, би довела до възраждане на местните бизнеси и занаяти, както и до повишаване на атрактивността и посещаемостта на редица отдалечени, но красиви и богати на традиции градчета и села в България.

## **4.2 Разходи, по изграждане и поддръжка на местата за къмпирене и местата за обслужване на каравани и кемпери**

### **4.2.1. Инвестиционни разходи за изграждане на местата за къмпирене и местата за обслужване на каравани и кемпери**

Едно от основните предимства на къмпинг туризма за изключително ниските инвестиционни разходи по изграждане на местата за къмпирене и местата за обслужване на каравани и кемпери. В зависимост от типа на точката за къмпирене и обхвата на услугите, които се предлагат на там, инвестиционните направления са различни. В техният обхват влизат:

- ✚ организация и оформяне на терена, както и обособяване на местата за паркиране и позициониране на кемперите, караваните и/или палатките;
- ✚ изграждане на съпътстващата инфраструктура – ВиК, ел. захранване, осветление, организация на движението – вход / изход, комуникационни мрежи, охрана и видео наблюдение, събиране на отпадъци и др.;
- ✚ изграждане на необходимите санитарни възли, хигиенни помещения и помещение за хранене;
- ✚ монтиране на съоръжения за обслужване на кемпери и каравани;
- ✚ монтиране на съоръжения за самотаксуване и заплащане на услугите по обслужване на кемпери и каравани.

#### 4.2.1. Разходи по поддръжка на местата за къмпирание и местата за обслужване на каравани и кемпери

Разходите за поддръжка на местата за къмпирание и местата за обслужване на каравани и кемпери, които съответните оператори правят, обхващат:

- ✚ разходи за комунални услуги - ток, вода, канализация, комуникационни услуги – интернет, телефони и пр.;
- ✚ разходи за консумативи - хигиенни материали, поддръжка на общи части-рецепция, бани, тоалетни, помещения за хранене.
- ✚ разходи за поддръжка на терена - косене, поддръжка на асфалтови и бетонни настилки.
- ✚ разходи за поддържане на осветление и видеонаблюдение /където е необходимо/.

Всички тези разходи би следвало да се покриват от приходите от къмпираски туристи, т.е. от техните такси за престой и нощувки, както и от съответните такси за обслужване на кемперите и караваните.

### 4.3 Разходи за къмпираските туристи

Разходите за къмпираските туристи, отново условно могат да се обособят в две групи: инвестиционни разходи и текущи разходи.

Инвестиционните разходи зависят, както от средните доходи на къмпираските, така и от техните предпочитания за вида туризъм, който предпочитат – стационарен или туров. Те включват разходи като:

- ✚ разходи за закупуване на кемпер, каравана, палатка, спални чували, надуваеми дюшеци, шалтета и пр.
- ✚ разходи за закупуване на необходимото къмпинг оборудване – маси, столове, помощни средства за приготвяне на храна и хранене и пр.

Текущите разходи на къмпираските туристи са онези разходи, които могат да се свържат с конкретното пътуване и/или къмпирание, в т.ч.:

- ✚ разходи за гориво;
- ✚ разходи за храна;
- ✚ туристическа такса;
- ✚ такса за нощуване на къмпинг;
- ✚ разходи за посещения на ресторанти, атракциони, природни, културно - исторически и други забележителности.

#### **4.4. Начини за структуриране и финансиране на къмпинг туризма**

##### **4.4.1. Правно – организационна форма, собственост на инфраструктурата и експлоатация на точките за къмпирене**

В съответствие с разработената стратегия на Държавата за развитието на маршрути и точки за къмпирене, тяхната локация и обхват на услугите, които ще предлагат, изграждането и експлоатацията им може да бъде структуриране по няколко основни начина:

-  изграждане върху частни терени – при което изграждането и експлоатацията ще се осъществява изцяло на търговски принцип.
-  изграждане върху държавни и/или общински терени, като в този случай както за изграждането, така и за последващото стопанисване, могат да се прилагат следните опции:
  - да бъдат изградени и стопанисвани от държавата или съответната община по местонахождение на имота;
  - да бъдат изградени от държавата или съответната община по местонахождение на имота и след това предоставени за стопанисване на частни предприемачи посредством концесионни договори;
  - да бъдат предоставени за изграждане и стопанисване на частни предприемачи посредством концесионни договори, като строителството на необходимата инфраструктура бъде част от инвестиционната програма по концесионния договор;
  - да бъде създавани смесени дружества, в които съответната община да участва в капитала с апорт на имота, а частният инвеститор с изграждането на необходимата инфраструктура и съоръжения. Последващата експлоатация ще се осъществява от смесените дружества, като финансовите резултати – печалби/загуби ще се разпределят между съответните общини и частните инвеститори пропорционално на дела им в капитала на съответните дружества.

##### **4.4.2. Възможности за финансиране /в т.ч. субсидиране/ на инвестиционните разходи по изграждане на инфраструктурата на къмпинг туризма**

Възможностите за финансиране изграждането на точки за къмпирене са различни в зависимост от правно – организационна форма, собственост на земята и инфраструктурата.

- ✚ По отношение на частните инвестиции, начините за финансиране се свеждат до:
  - собствени средства на инвеститорите;
  - кредитен ресурс;
  - субсидии по програмите и мерките за развитие на селските райони през периода 2022-2027;
  - целеви субсидии от Министерство за туризма при наличие на ресурс за това и бенефициент – частния инвеститор.
  
- ✚ При инвестиции от страна на държавата и/или общините, източниците за финансиране се почти аналогични и свеждат до:
  - средства от бюджета на конкретната община
  - кредитен ресурс
  - субсидии по програмите и мерките за развитие на селските райони през периода 2022-2027;
  - целеви субсидии от Министерство за туризма при наличие на ресурс, с бенефициент – съответната община инвестираща в изграждане на къмпинг инфраструктура.
  
- ✚ При смесените публично – частни партньорства, всеки от посочените по-горе източници на финансиране е приложим.

## 5. Правен анализ на къмпинг туризма

Уникалността на България във всички аспекти не позволява сяпото избиране и прилагане на конкретен чужд модел за регулация. **Държавата следва да създаде национални, индивидуални правила, които отговарят на традициите в къмпирването, потребностите на българските граждани и развитието на туризма и къмпинг културата. Това е и целта на настоящата стратегия.**

### 5.1 Правила за къмпирване в Европа

В различните държави къмпирването е уредено по различен начин. От държави с пълна забрана за свободно къмпирване, до държави, които са обявили цялата си територия за свободен къмпинг. Правилата са свързани с културата и традициите в къмпирването на конкретната държава.

Видно от икономическия анализ, всички държави са възприели къмпирването като основен сектор на туризма си. Съответно са създали правила, съобразени с природата и възможностите им. Навсякъде създаването на къмпинги и отреждане на места за свободно къмпирване е поощрявано.

По напредналите държави разполагат с модерна и широка мрежа от къмпинг точки.

В Швеция съществува „Правото на публичен достъп“. Смисълът е същия като описаното по-долу и залегнало в нашата Конституция право на свободно придвижване на гражданите. Шведите го наричат „Свобода на бродене“. Към него неразделно е прикрепено задължението да уважаваш и опазваш природата и животните. Основно мото е израза „Не пречи, не руши“. Швеция е развила тази концепция изключително широко, което и носи огромни туристически дивиденди. Територията на цялата държава е публикувана в AirBnb като място за безплатна нощувка.

Шведите казват – ние нямаме Айфелова кула, Ниагарски водопади или Биг Бен. Нямаме дори малък сфинкс. Но имаме *правото на бродене* и това е нашата забележителност.

Едно сравнение с България, която освен същото право и уникална природа има и огромен брой забележителности, ще ни даде още един довод в подкрепа на тезата, че имаме потенциала да сме сред най-желаните къмпинг дестинации.

### 5.2 Къмпирването в българското законодателство

Към настоящия момент българското законодателство официално разпознава само къмпирването в къмпинги. В Закона за туризма къмпингите са определени като туристически обекти, а къмпирването извън тях – е напълно заличено от него. Къмпингите се категоризират според обща Наредба към закона. Тя обаче възпроизвежда едни доста

остарели изисквания и разбирания за къмпинг туризма, които не отговарят на развитието му през последните години. Нелогично е при такъв голям интерес да няма къмпинги. Отговорът се крие точно в липсата на адекватна регулация. Заради нелогичните административни изисквания и липсата на държавна политика в сектора, малкото официални къмпинги са на ръба на закона, докато останалите буквално са в нарушение.

От друга страна, за останалите видове къмпирание не се споменава нищо, въпреки, че, към момента са много по - масово практикувани. Донякъде това е така и заради липсата на къмпинги.

През 2019 се стигна до изключително безскрупулни опити за забрана на къмпирането, особено по Черноморието. Къмпиращите, обединени от любовта си към природата често са основна пречка на презастрояването ѝ и незаконосъобразните намеси в природата. Появи се лобисткият ЗУЧК, който в това отношение разграничи черноморското крайбрежие от останалата територия на страната. В него чрез неизпълними и нелогични правила къмпирането по черноморския бряг бе буквално забранено. “Забраната”, обект и на президентско вето и суровите глоби следваше да влязат в сила след приемането на наредба с въпросните изисквания. Бяха направени няколко опита за приемането на такава порочна и неадекватна сама по себе си наредба и само навременната категорична реакция на граждански и експертни организации осуетиха това да се случи.

В желанието си да изгонят къмпиращите от Черноморието, лобистите на “инвеститорите” се обърнаха към местната власт. Някои общини се поддадоха и чрез наредбите си забраниха къмпирането на територията си. Стигна се до абсурдни изисквания към къмпиращите, отнасящи се както за свободно къмпиращите, така и за тези в къмпингите, като:

- Разрешение от гл. архитект за поставяне на палатка;
- Декларация за съгласие от собственика на имота с нотариална заверка на подписа;
- Едноседмично предизвестие за лагеруване с назначаване на отговорник на лагера;
- Разрешение от общината за общински терени, каквито след писмено питане, се оказва, че не съществуват.

Тези “правила” бяха залегнали и в последната редакция на проекта на наредбата към ЗУЧК, копирани от скандалната наредба на Община Царево.

След няколко години на съдебни битки, гражданските организации спечелиха и наредбите бяха обявени за нищожни. **Върховният административен съд категорично прие, че свободното къмпирание е част от свободното придвижване на гражданите на територията на страната, което е гарантирано от Конституцията.**

В същото време къмпиращите по реките и язовирите из страната продължаваха десетилетните си традиции без подобни проблеми. Тенденцията на постоянно нарастване на броя на къмпиращите доведе до пренаселване на най-популярните дестинации. Някои предприемчиви общини организираха сметоизвозване и събиране на такси, които

Автори: Йордан Ибришимов, Българско кемпер общество, адв. Дончо Бораджиев, Мирослава Петрова, Зорница Бойчева. [bgcampersociety@gmail.com](mailto:bgcampersociety@gmail.com); 0878 983 845; 0888 243 239

къмпиращите безпроблемно заплащат. Проблемата е, че се задоволяват само с покриването на разхода за сметоизвозване и не правят нищо за облагородяване на местата.

Многократно споменахме, че COVID пандемията и все по-достъпното къмпинг оборудване допринесоха за рязък скок в така или иначе повишаващия се интерес към този вид туризъм. Реално той вече е с размерите на отделен отрасъл в туризма. Държавата следва да изостави досегашната си политика на гонения и забрани и да се насочи към поощряването и регулацията на къмпирването.

### **5.3.Правна регулация, административна тежест**

В основата на тази стратегия са залегнали два фундаментални принципа. Разграничаването на „свободата“ от „слободията“ и доказаното в демократичното обществото правило, че добрите управници регулират, а не забраняват.

Гарантирането на обществения интерес и успешното развитие на къмпинг туризма и къмпинг културата изисква адекватна съвременна правна рамка.

Такава регулацията не изисква мащабни промени в законодателството ни. Къмпирването следва да се регулира единствено от Закона за туризма, като заеме своето място там. Това включва и премахването му от ЗУЧК. Последващите стъпки в тази посока са следните:

-  Осъвременяване на наредбата за категоризация на туристическите обекти, в частта и за къмпирването. По примера на развитите държави, следва да има облекчения в административната регистрация на къмпинги, като се предостави възможност за регистрация в уведомителен, а не разрешителен режима на малки места за къмпирване в частни имоти до определен брой места - ферми, мандри, овощни градини, пчелини и др. Това е с цел поощрение чрез улеснение, но в никакъв случай не означава, че тези туристи не следва да бъдат отчитани и да не заплащат туристически данък/такса.
-  Категоризацията на къмпингите според техните екстри не трябва да е обвързана с определен вид масивни сгради (рецепция, ресторант). Ако конкретен инвеститор иска да построи масивна сграда, то той логично ще следва правилата на ЗУТ. Следва да се даде възможност на собствениците на къмпинг точки да осигуряват екстрите в тях с модерни и природосъобразни преместваеми обекти, които да подлежат на много по-лек режим на изисквания и регистрация.
-  В ЗУТ следва да бъдат предвидени механизми за облекчени процедури в областта на устройственото планиране и инвестиционното проектиране, в случаите, в които се касае за изграждането на различните видове къмпинг точки, които да бъдат развити в нарочна подзаконова уредба (наредба, правилник, правила). От изключително значение е правилното класифициране на обектите, които може да се поставят и изграждат в къмпинг точките. В никакъв случай не бива да се допуска чрез правилата за къмпинг точки да се улеснява строителство на обекти с различно

от къмпинг предназначението. Реално - без монолитно строителство, а само леки и преместваеми обекти.

✚ Създаване на наредба за къмпирание, която да регулира свободното къмпирание и дейностите в и около къмпингите и лагерите на свободно къмпираниците. Правилата следва да са насочени към поддържане на чистота и опазване на природата. Тъй като няма норма без санкция, със съвсем леки законови промени следва от една страна да се създаде възможност повече контролни органи (МВР, ИАПРА, Общински служители и др.) да имат право да установяват нарушения, като наказващ органи си остава съответната община, а от друга страна да се улесни подаването и публичността на сигналите за нарушители. По този начин самите къмпингари ще извършват основния контрол при свободното къмпирание.

Следва да се предвидят механизми за сметосъбиране и сметоизвозване, включително и в ЗМДТ.

В ЗОС и ЗДС да се въведат правила за конкурсност и облекчения при отдаване на имоти подходящи, съответно предвидени за къмпирание.

Към момента при регистрация в КАТ, кемперите се категоризират като автомобили за специализиран превоз, каквито са и линейките. Караваните се водят туристически ремаркета. Стига се до ситуации, в които кемпери се третират като автобуси, което води до неоправдано високи цени на винетки и застраховки. Разнообразието на всички видове моторни и теглени каравани изисква да получат собствена категория при регистрация.

#### **5.4 Квалифициране на къмпинг-туризма, като част от туристическата стратегия на България**

В настоящата стратегия са изложени достатъчно мотиви, за да се направи категоричния извод, че къмпирането е огромен дял от туризма, и следва да бъде разпознато и поощрявано от държавата. Всички къмпираници, вкл. свободно къмпираниците следва да заплащат туристическа такса/билет/данък/.

Общините следва да са мотивирани да отреждат, създават и облагородяват местата за различните видове къмпирание. Държавата следва да обезпечи тази дейност в началото, чрез различни финансови програми, а в последствие самите обекти и туристи ще покриват разходите и носят печалба за съответната община. Една от целите е конкуренцията между общините за привличането на къмпинг туристи. От особена важност е всичко това да е централно организирано от държавата. Тя от своя страна следва да систематизира различните места за къмпирание и да ги предлага на туристическия пазар като цялостен продукт.

Не е редно да се очаква от държавата да свърши всичко. Преди 89-та година в България, и в днешно време в развитите държави съществува идеален модел, който би бил изключително полезен за развитието на къмпинг туризма у нас. Подходящи за къмпинг

терени се предоставят за стопанисване на различни клубове и организации. При разумни условия, това ще доведе до бързо развитие на сектора, без да се натоварват държавата и общините.

### **5.5. Участници в плана за развитие на къмпинг туризма**

Основни участници при реализирането на конкретните задачи и цели в настоящата стратегия следва да бъдат:

-  Министерство на туризма
-  Министерство на финансите
-  Общини и местни органи на самоуправление
-  Министерство на околната среда и водите
-  Министерство на регионалното развитие и благоустройството

Част от ангажиментите си, Министерство на туризма би могло да превъзложи или да изпълнява с партньорството на браншовите организации в сектора.

Дългогодишното практикуване на къмпирането е създадо не малко неписани правила. Когато говорим за признаването на къмпирането за отделен сектор на туризма, който ще привлича и чужди туристи, написването на правила става задължително. Дори и при свободно къмпиране следва да се спазват ясни правила свързани с безопасност, опазване на природата и съобразяване с околните. За това, в подзаконов нормативен акт следва да се създадат правила за къмпиране, които да включват къмпингите и свободно къмпиращите.

## **6. Създаване на единна система за управление на къмпирването**

Предвижда се първоначално внедряване и развиване на цялостна интегрирана единна информационна система за управление на къмпирването. В системата ще бъдат конфигурирани контролно-отчетни и други механизми за поддържане на единен регистър на къмпирване, включително обезпечаване и дигитализация на ключовите административни процеси по регистърното производство за целите и нуждите на МТ и други компетентни органи и ангажираните с тези дейности служители. В регистъра ще се поддържат и управляват всички необходими данни, мета-данни, номенклатури, детайлни характеристики и категоризация на всички обекти и други релевантни данни позволяващи от една страна пълното дигитално административно производство, а от друга извличане на структурирани данни с цел предоставяне на информационни и транзакционни услуги на всички заинтересовани туристи.

Ключови компоненти освен единният регистър са приложението/мобилен клиент за достъп до всички информативни услуги, включително и не само чрез опериране на дигитална карта, регистрация на профил, управление на платежни инструменти, заплащане на къмпинг такси и други свързани услуги, като туристически такси, зареждане/използване на вода, такса смет, ел. зарядни станции/ток, комбинирани интермодални превозни документи тип паркирай и пътувай в близкото населено място и други.

Основните цели е този мобилен клиент да предоставя на поне два езика - английски и български - цялата необходима информация по възможно най-достъпния и удобен начин за потребителя от една страна, а от друга да интегрира максимално много доставчици на свързани с къмпирването услуги за заявяване и заплащане на ползваните услуги. Не на последно място ще има въведен механизъм и за публичен контрол и сигнали за нередности, които автоматизирано ще бъдат насочвани и обработвани към компетентния орган.

В момента в България имаме уникалния шанс да бъде една от първите страни в ЕС, която ще успее да въведе амбициозна национална стратегия за къмпирване с изключително удобни инструменти за планиране, резервиране, заплащане и ползване на всички къмпинг услуги от единно приложение от мобилния телефон или компютър по изключително лесен и достъпен начин. Въвеждането и предвиждането на интеграция на всички доставчици на съпътстващи услуги - неимоверно ще повиши доверието в този вид туризъм, увеличи търсенето и качеството на услугите и ще се направи отлична реклама на България, като модерна туристическа дестинация.

### **6.1. Приложение и дигитална интерактивна карта за къмпирване**

Приложението или така наречения мобилен клиент, следва да дава възможност, както от телефона, така и от компютър на всеки желаещ да може да направи най-малко следните действия изцяло по електронен път:

- ✚ създаване и потвърждаване на профил с имейл и мобилен телефон
- ✚ получаване на структурирана полезна информация свързана с къмпирането
- ✚ създаване и управление на базов на “къмпинг навигатор и календар” - записване и поддръжане в “списък с желания” на любими дестинации или къмпинг обекти от регистъра, които потребителят би желал да посети
- ✚ възможност за предварителна резервация и заплащане на услуги и такси свързани с къмпинга, като системата ще поддържа въвеждането на различни видове тарифни къмпинг “пасове”
- ✚ асоциация на една или повече коли/каравани/кемпери към профила на потребителя
- ✚ набавяне на допълнителна съпътстваща информация свързана с даден къмпинг обект от регистъра, като предоставяни в близост сервизни услуги, ремонт на кемпери и каравани, изхвърляне на отпадъци, контейнери с вода, планиране на разходки и в близките населени места с градски, междуградски и друг вид транспорт и респективно заплащане и използването му чрез същия мобилен клиент и т.н.

## **6.2. Въвеждане на правила за регистрация и заплащане на къмпинг-престой, Туристическа такса.**

Ще бъдат реализирани възможности за улесняване на административните процеси по заплащане на туристическа такса и изпълнението на други съпътстващи административни и нормативни изисквания.

### **6.2.1. Възможност за заплащане на всички туристически услуги чрез приложението.**

Ще бъдат реализирани възможности за заплащане по електронен - безкасов път - на всички съпътстващи такси, чрез платежна карта, мобилен портфейл, смс или директно от сметката на мобилен оператор, спрямо за коя услуга какво е допустимо.

### **6.2.2. Подаване на сигнали и публичност на проверките**

Всеки ще може лесно и удобно да създаде, класифицира и подаде детайлен сигнал с кратко и детайлно описание, снимков материал, GPS и друга информация, така че обслужващата единна система да може автоматизирано да разпредели сигнала и назначи необходимата проверка, когато се установи “съставомерност”/наличие на предпоставки за даване на ход на административен наказателен/контролен процес.

### **6.3 Разпределение на събраните средства**

Изключителна важна функционалност е възможността за разпределяне по предварително създадена прозрачна и ясна методика и формули на получените средства към съответните компетентни и участващи местни или централни органи.

### **6.4 Множество други предимства на единния регистър**

Единният къмпинг регистър ще донесе ясна и проследима категоризация и управление на всички тези обекти, ще даде възможност да участват активно в управлението и на всички местни и централни администрации и дружества, които следва да го правят по реда на съответните нормативни актове.

Предвижда се интеграция на електронния регистър с дигиталната инфраструктура на електронното управление, а от там и с всички сектори и администрации, които имат отношение да могат да удостоверят по служебен път факти и обстоятелства, като по този начин считаме, че силно ще се облекчи и намали административния капацитет и тежести необходими за предоставянето на всички тези услуги по вписване, заличаване или промяна на обект/обстоятелство от регистъра, т.е. ще се облекчи и насърчи създаването и инвестирането в къмпинги посредством намалена администрация и дигитални инструменти.

## 7. SWOT анализ

### 7.1. Силни страни

- ✚ Къмпинг туризма е индустрия с почти нулев ефект върху природата и ландшафта
- ✚ Минималната инфраструктура която се изисква, както и липсата на нужда от масивно строителство е основен фактор за минимизиране на ефекта.
- ✚ Позволява достъп и почивка сред природни забележителности, без да разрушава заобикалящата среда.
- ✚ Насърчава престоя и заниманията сред природата.
- ✚ От пандемична гледна точка, къмпирването е най-безопасния начин за почивка, поради индивидуалният начин на практикуване. Именно това е една от основните причини за бурните темпове на развитие в последните две години.
- ✚ Къмпинг туризма е лесен начин за привличане на хора с високи доходи. Доказано хората с кемпери и каравани са с доходи над средните и са финансово обезпечени.
- ✚ Подпомага местната икономика. Туристите с кемпери и каравани посещават значително повече местни забележителности, хранят се в местни ресторанти и пазаруват от местните магазини в сравнение с туристите ползващи All Inclusive хотелски туризъм. По този начин допринасят в голяма степен за развитието на общините.
- ✚ Лесен начин за подпомагане развитието на селските райони, особено ако процедурите са административно облекчени от държавата.
- ✚ Създаването на къмпинг изисква много по- малки инвестиции в сравнение със строежа на хотел. В случая се използват предимно природните дадености, като се добавя минимално необходимата инфраструктура (бани и тоалетни, рецепция, ресторант), като в по-голяма част от случаите тези постройки са леки конструкции.
- ✚ Широки възможности за потенциално увеличаване на капацитета без значителни разходи.
- ✚ Торовият туризъм позволява посещения на много места за кратко време, вместо застой на едно място.
- ✚ Стабилен сектор с високи и постоянно покачващи се показатели, дори и в състояние на икономическа или пандемична криза.
- ✚ Наличието на всички необходими битови условия за нормално пребиваване в кемперите и караваните, предполага лесно изграждане на точки за престоя им.
- ✚ Позволява евтина алтернативна почивка, предоставяйки на всички социални групи пълноценно изживяване.

### 7.2. Слаби страни

- ✚ В общ план, къмпингите изискват по-голяма площ за настаняване на единица турист в сравнение с хотелите, които предлагат по-висока натовареност на единица площ.

- ✚ Сезонната натовареност, която е основно в летния сезон. Някои къмпинги разположени в планините в ски курорти работят и зимата.
- ✚ Риск от замърсяване с отпадъци, който бива породен от факта, че на обособените се места за къмпирене не съществуват практики за сметоизвозване. Друг основен фактор за замърсяванията е съвпадането на местата за къмпирене с местата ползвани за едномесечни излети (риболов, пикник) от голяма част от населението. В случая много недобросъвестни хора оставят отпадъците си на място и напускат в края на деня, като оставят неприятна гледка след себе си.
- ✚ Липса на ефективен контрол и санкции за нарушителите.
- ✚ Регулаторните пречки, възпрепятстват нови инвестиции.
- ✚ Липса за национална стратегия за развитие на сектора.
- ✚ Ограничени инвестиции в ремонти и поддръжка.
- ✚ Лоши условия в къмпингите, неотговарящи на очакванията на туристите.
- ✚ Високи цени в малкото къмпинги, които не кореспондират с предлаганата услуга.
- ✚ Липса на стандарти за предлаганата услуга.
- ✚ Ограничена наличност на качествени данни, които да се ползват за анализ на сектора.
- ✚ Слаба отзивчивост на операторите на къмпинг единици за внасянето на статистически данни, които да бъдат полезни за изготвяне на стратегически доклади.

### 7.3. Възможности за развитие

- ✚ Създаване на онлайн база данни за цялата държава, показваща местата, наличността и възможността за настаняване в точките за къмпирене. Също възможности за резервации и др.
- ✚ Създаване на управление на неофициалните места за къмпирене, което гарантира, че тези места ще се поддържат по-добре и потребителите ще допринасят за извличане на печалби за общините и покриване на разходите за това.
- ✚ Създаването на малки къмпинги в съществуващи ферми, мандри, плодови градини с облекчен регистрационен режим, подпомага местния бизнес.
- ✚ Добър потенциал за местно икономическо развитие.
- ✚ Създаване на програми за обучение за придобиване на умения със стимули за участие и развитие на сектора.
- ✚ Предоставяне на дългосрочни договори за ползване под наем на държавна земя, когато това е удачно.
- ✚ Възможности за публично-частно партньорство на предприемчиви хора с държавата и общините, за създаване на къмпинг точки.
- ✚ Отделяне на средства за подобряване на инфраструктурата с цел улесняване на създаването на къмпинг точки на подходящите места.
- ✚ Възможност за партньорство с винарския и кулинарния сектор.

- ✚ Възможности за повишаване на посещаемостта на културни, исторически и природни забележителности с изграждането на къмпинг точки в непосредствена близост до тях.
- ✚ Възможност за популяризиране на българският етнос и традиции, чрез предвиждане за създаване на временни къмпинг точки, при провеждане на фестивали, събори и др.

#### 7.4. Заплахи

- ✚ Къмпинг туризма е слабо развит в България и съществуващите къмпинги в голямата си част, не отговарят на очакванията на чуждестранните туристи. На този етап рекламирането на България, като къмпинг дестинация, може да предизвика обратен ефект.
- ✚ Всяко забавяне в промените в законодателството и стартиране на активна политика за стимулиране на къмпингането, би позволило на други, държави от региона да консолидират лидерската си позиция на пазара.
- ✚ Липсата на ефективна нормативна уредба и добри практики при осъществяване на публично-частни партньорства, възпрепятства развитието на редица икономически сектори, в това число туризма и в частност къмпинг туризма.
- ✚ Традициите в къмпинга, които държавата е имала до 1990г. са били унищожени и в момента се създават наново. В същото време нормативната уредба е остаряла и държавата досега не е предвиждала политика за подобряване на условията за развиване на този туризъм. Това може да доведе до създаване на грешни концепции и неправилно поведение на съществуващите и създаващите се къмпинги.
- ✚ Настоящата нормативна уредба, позволява на собствениците на къмпинг единици да предлагат услуги за туристи, без да се прилагат подходящи стандарти или разпоредби.
- ✚ Сегашното състояние на сектора, не позволява на държавата пълен обхват и контрол. Част от къмпингите не са категоризирани и регистрирани, други са не действащи, но регистрирани, някои са жертва на корупционни лобита и кръгове
- ✚ Не съществува система за точно отчитане на посетителите. Подаваната информация е неадекватна на реалността. В подобна неясна обстановка имаме противодействие за реална преценка и държавата не може да взима правилни решения относно развитието на сектора.
- ✚ Възможност за използване на нормативните постановки за къмпингането и определените за това локации, с цел изграждане на други видове обекти, различни от местата за къмпирене.



## 8. Цели на стратегията

### 8.1. Краткосрочни цели

- ✚ Държавата да разпознае къмпирването като отделен, значителен и стратегически отрасъл от туризма.
- ✚ Създаване на програма за насърчаване на развитието му.
- ✚ Създаването на карта на настоящите популярни къмпинг дестинации и план за развитието им.
- ✚ Предоставянето на достатъчно държавни и общински терени за къмпинг точки (къмпинги, места за свободно къмпирване, сервизни точки и кемпер стопове).
- ✚ Олекотяване на административната тежест при създаването на къмпинг точки.
- ✚ Създаването на комплексна дигитална къмпинг платформа, която да отговаря на всички нужди на къмпинг туриста, къмпинг обектите и съответните институции.
- ✚ Минимални законови промени, даващи възможност за прилагане на настоящата стратегия и постигане на целите ѝ.

### 8.2. Средносрочни цели

- ✚ Постигане на значителен ръст на къмпинг туризма и приходите от него;
- ✚ Промотиране и рекламиране на къмпирването като все по-популярна форма на туризъм и ваканция на открито;
- ✚ Популяризиране на къмпинг културата сред всички възрасти и слоеве на обществото, с оглед безспорните положителни качества, които възпитава;
- ✚ Анализ на постигнатото до момента и предприемане на нужните регулации за устойчивото развитие на сектора;
- ✚ Генериране на достатъчно средства от къмпинг такси (самоиздържане на сектора) за почистване, облагородяване и създаване на нови къмпинг точки;
- ✚ Сериозен брой общински и държавни и подходящи за къмпинг терени да се стопанисват от различни клубове, организации и колективи, с отношение към спорта и къмпирването.

### 8.3. Дългосрочни цели

- ✚ Общоприети и разумни правила за къмпирване, които регулират, а не забраняват, и които ще доведат до устойчивост и уникалност на българския къмпинг туризъм;
- ✚ Постигането на достатъчен брой къмпинг точки, отговарящи на търсенето;

- ✚ Създаване на трайна и градивна конкуренция между отделни общини и обекти, която да повиши качеството на предлаганите услуги.
- ✚ Установяването на България като призната и предпочитана дестинация за всесезонен къмпинг туризъм и утвърждаването на присъствието ѝ в реномираните европейски къмпинг каталози.

## Информация за къмпингите в България

|    | Наименование                    | Локация                      | м/пл.             | Регистрация |
|----|---------------------------------|------------------------------|-------------------|-------------|
| 1  | Къмпинг "Алба"                  | с. Скобелево, Казанлък       | до населени места | -           |
| 2  | Къмпинг "Къпиновски манастир"   | гр. Велико Търново           | до населени места | да          |
| 3  | Къмпинг "Кукери"                | с. Кошов, Русе               | до населени места | -           |
| 4  | Къмпинг "Глемпинг Алианс"       | Пловдив                      | до населени места | да          |
| 5  | Къмпинг "Оазис - Сливен"        | Сливен, Ичеренско шосе       | до населени места | -           |
| 6  | Кемперстоп "Caravan Park Sofia" | София                        | до населени места | -           |
| 7  | Къмпинг "Старите Борове"        | с. Синаговци, Видин          | до населени места | -           |
| 8  | Кемперстоп "Кемпери БГ"         | София, бул. Цариградско шосе | до населени места | -           |
| 9  | Къмпинг "Магурас"               | с. Рабиша, Видин             | до населени места | -           |
| 10 | Миникъмпинг "Ветрен Дол"        | с. Ветрен дол                | до населени места | -           |
| 11 | Къмпинг "Happy Lucky Home"      | с. Станево, Лом              | до населени места | -           |
| 12 | Къмпинг "Blue Gate Farm"        | Цацаровци, Драгоман          | до населени места | -           |
| 13 | Мотокамп "България"             | с. Идилево, Севлиево         | до населени места | -           |
| 14 | Къмпинг "Съни Парадайс"         | с. Чучулигово, общ. Петрич   | до населени места | -           |
| 15 | Къмпинг "Реката"                | Мелник                       | до населени места | -           |
| 16 | Къмпинг "Мечит"                 | с. Говедарци                 | до населени места | да          |
| 17 | Къмпинг "Боровец"               | Боровец                      | до населени места | -           |
| 18 | Кемперстоп "Врана"              | София                        | до населени места | -           |
| 19 | Къмпинг "Оазис Зверино"         | Зверино, Мездра              | до населени места | -           |
| 20 | Къмпинг "Велико Търново"        | с. Драгижево                 | до населени места | да          |
| 21 | Къмпинг "Александрово"          | с. Александрово, Хасково     | до населени места | да          |
| 22 | Къмпинг "Сакар Хилс"            | с. Бисер, Хасково            | до населени места | -           |
| 23 | Къмпинг "Къкренско ханче"       | с. Крън, Казанлък            | до населени места | -           |
| 24 | Къмпинг "Свети Георги"          | с. Топола, Балчик            | до населени места | да          |
| 25 | Къмпинг "Хан Мадона"            | Белоградчик                  | до населени места | да          |
| 26 | Къмпинг - Почивна база          | с. Горско Косово, Сухиндол   | до населени места | да          |
| 27 | Къмпинг "Валтата"               | с. Самуилово, Петрич         | до населени места | да          |
| 28 | Къмпинг "Къмпинг"               | с. Сотиря, Сливен            | до населени места | да          |
| 29 | Къмпинг "Х Клуб"                | с.Полето, Симитли            | до населени места | да          |
| 30 | Ваканционна зона "Трийн Лейк"   | с. Храбърско                 | езеро             | -           |
| 31 | Термален Къмпинг Велинград      | гр. Велинград                | мин.вода          | да          |
| 32 | Къмпинг "7 lakes"               | Сапарева баня                | мин.вода          | -           |
| 33 | Къмпинг "Верила"                | гр. Сапарева баня            | мин.вода          | -           |
| 34 | Къмпинг "Кромидово"             | с. Кромидово, гр.Петрич      | мин.вода          | -           |
| 35 | Къмпинг "Морски мечти"          | Балчик - Каварна             | морски            | -           |
| 36 | Къмпинг Иракли Див              | Плаж Иракли, с.Емона         | морски            | -           |
| 37 | Къмпинг "Айляк"                 | гр. Черномориц, Бургас       | морски            | -           |

|    |                               |                                                     |           |    |
|----|-------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------|----|
| 38 | Къмпинг "Шкорпиловци"         | с. Шкорпиловци                                      | морски    | да |
| 39 | Къмпинг "Лагуна"              | Варна, к.к. Златни пясъци                           | морски    | да |
| 40 | Къмпинг "Малия Оазис"         | с. Езерец, Шабла                                    | морски    | -  |
| 41 | Кемперстоп "Ченгене Скеле"    | Ченгене Скеле, Бургас                               | морски    | -  |
| 42 | Кемперстоп "Крайморие"        | Крайморие, Бургас                                   | морски    | -  |
| 43 | Кемперстоп "Сарафово"         | Сарафово                                            | морски    | -  |
| 44 | Кемперстоп "Ветрен"           | с. Ветрен, Бургас                                   | морски    | -  |
| 45 | Къмпинг "Поляна кемп Вромос"  | Плаж Вромос, гр.Черноморец                          | морски    | -  |
| 46 | Еко Къмпинг "Черноморец"      | гр. Черноворец                                      | морски    | да |
| 47 | Къмпинг "Зора"                | гр. Обзор                                           | морски    | -  |
| 48 | Къмпинг зона "Кракен"         | Арапя                                               | морски    | -  |
| 49 | Къмпинг "Силистар"            | Плаж Силистар                                       | морски    | -  |
| 50 | Къмпинг "Офшор кемп"          | плаж Градина, гр.Созопол                            | морски    | -  |
| 51 | Къмпинг "Чайка"               | Обзор                                               | морски    | да |
| 52 | Къмпинг "Градина"             | местност Аклади Чеири, гр. Черноморец, Общ. Созопол | морски    | да |
| 53 | Къмпинг "Къмпинг Градина"     | местност Аклади Чеири, гр. Черноморец, Общ. Созопол | морски    | да |
| 54 | Къмпинг "Иракли"              | с. Емона, плаж Иракли                               | морски    | -  |
| 55 | Къмпинг "Атлиман"             | Китен                                               | морски    | да |
| 56 | Къмпинг "Крапец"              | с. Крапец                                           | морски    | -  |
| 57 | Къмпинг "Екоклуб Варна"       | гр. Варна                                           | морски    | да |
| 58 | Къмпинг "Гардения"            | Кител - Лозенец                                     | морски    | да |
| 59 | Къмпинг "Оазис"               | Лозенец                                             | морски    | -  |
| 60 | Къмпинг "Китен"               | гр. Китен                                           | морски    | да |
| 61 | Къмпинг "Якото място"         | Плаж Корал, с. Лозенец                              | морски    | -  |
| 62 | Къмпинг "Юг"                  | Плаж Корал, Китен - Лозенец                         | морски    | да |
| 63 | Къмпинг "Космос"              | с. Дуранкулак                                       | морски    | да |
| 64 | Къмпинг "Златна Рибка"        | гр. Созопол                                         | морски    | -  |
| 65 | Къмпинг "Делфин"              | гр. Ахтопол                                         | морски    | -  |
| 66 | Къмпинг "Ахелойска битка"     | гр. Ахелой                                          | морски    | да |
| 67 | Къмпинг "Витоша"              | гр. Китен, Приморско                                | морски    | да |
| 68 | Къмпинг "Бриз"                | Царево                                              | морски    | да |
| 69 | МН Къмпинг "Ахелой"           | гр. Ахелой                                          | морски    | да |
| 70 | МН Къмпинг "Дияна"            | Поморие                                             | морски    | да |
| 71 | Къмпинг "Ропотамо"            | Приморско                                           | морски    | да |
| 72 | Къмпинг "Мездра"              | Шабла                                               | морски    | да |
| 73 | МН Къмпинг "Лозана"           | гр. Ахелой                                          | морски    | да |
| 74 | Къмпинг "Смокиня"             | гр. Созопол                                         | морски    | да |
| 75 | Къмпинг "Ботуша"              | с. Топола, Каварна                                  | морски    | да |
| 76 | Къмпинг "Бор"                 | Рилски манастир                                     | планински | да |
| 77 | Кемпер стоп "Фън Парк Банско" | Банско                                              | планински | -  |
| 78 | Къмпинг "Стринава"            | Дряновски манастир, гр. Дряново                     | планински | -  |

|    |                              |                                              |        |    |
|----|------------------------------|----------------------------------------------|--------|----|
| 79 | Къмпинг "Дунав"              | с. Вардим, Свищов                            | речен  | -  |
| 80 | Къмпинг "Рай"                | к.к. Камчия                                  | речен  | да |
| 81 | Къмпинг "Рибката"            | с. Владо Тричков                             | речен  | -  |
| 82 | Къмпинг "Нептун"             | Камчия                                       | речен  | да |
| 83 | Къмпинг "Весело Село"        | Сърница, Доспат                              | язовир | да |
| 84 | Къмпинг "Емануил"            | яз. Жребчево, с. Паничерево,<br>общ. Гурково | язовир | да |
| 85 | Еко-Къмпинг "Доспат"         | яз. Доспат                                   | язовир | да |
| 86 | Къмпинг "Еко- къмпинг Батак" | яз. Батак                                    | язовир | да |